

BAB 4

SIMPULAN DAN SARAN

4.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan yang telah di paparkan, maka dapat dijelaskan mengenai simpulan dari hasil kuliah praktek bisnis (KPB) koperasi setia bhakti wanita dan promosi *online shopping* E-Kopwan di Surabaya ini sebagai berikut:

1. Promosi *online shopping* E-Kopwan belum terlaksana secara baik.
2. *Design* dari *website online shopping* E-Kopwan belum kelihatan menarik.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil simpulan di atas, maka dapat dibuat suatu saran yaitu:

1. Perbaiki program promosi untuk anggota FKJU dan non FKJU yang ada di dalam E-Kopwan segera dilaksanakan. Maka dari itulah diperlukannya bimbingan serta arahan kerjasama yang baik dari sisi E-Kopwan itu sendiri terhadap anggota FKJU ataupun non anggota FKJU.
2. Perbaiki *Design website* untuk pihak E-Kopwan perlu segera dilaksanakan dan tidak usah

menggunakan para pakar pembuat *website online shopping* dari luar untuk melaksanakan ini. Cukup programmer dalam yang membantu mengarahkan anggota FKJU dan non FKJU dalam membuat promosi barang atau jasa mereka.

4.2.1 Saran Akademis

Sesuai dengan hasil penelitian pada kuliah praktek bisnis (KPB) ini diharapkan bisa menjadi referensi studi kasus bagian *e-marketing* untuk penelitian KPB atau bahan diskusi kelas selanjutnya agar lebih diperdalam guna memecahkan masalah *online shopping* ini menjadi lebih baik.

4.2.2 Saran Praktis

Setelah dilakukan penelitian dan pembahasan secara mendalam. Diharapkan informasi ini dapat merubah usaha *online shopping* E-Kopwan menjadi lebih baik lagi karena sebenarnya koperasi ini memiliki potensi karyawan TI yang harus lebih diasah lagi selama periode yang akan datang. Tak hanya itu, informasi ini juga dapat memberikan pandangan-pandangan khusus terhadap koperasi atau pengusaha lain yang ingin mencoba usaha *online shopping* dengan seoptimal mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://www.bisnis.com/articles/ekonomi-jatim-tingkat-pengangguran-turun> diunduh pada tanggal 29 November 2012.
- <http://www.bisnis.com/articles/ekonomi-jatim-optimisme-masyarakat-menguat-di-kuartal-iii> diunduh pada tanggal 29 November 2012.
- Engel, James, F., Blacwell, R.D., and Miniard, P.W., 2008, “Perilaku Konsumen”. diterjemahkan oleh Budiyanto, F.X. Binarupa Aksara. Jakarta
- <http://economy.okezone.com/read/2012/10/15/320/704303/indonesia-tak-cuma-bermimpi-miliki-2-pengusaha> diunduh pada tanggal 10 November 2012.
- <http://gimbalkurangdarah.wordpress.com/kulyah/bersaing-di-pasar-luar-negri> diunduh pada tanggal 26 November 2012.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, 2007, “Manajemen Pemasaran”. diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Index. Jakarta
- Morissan, M.A. , 2010. *Periklanan Komunikasi Terpadu*, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Madura, Jeff, 2007, “Pengantar Bisnis”. diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto Krista. Salemba Empat. Jakarta
- Purwanto, Djoko, 2006. *Komunikasi Bisnis*, Edisi Ketiga, Jakarta: Erlangga.
- <http://parapenuliskreatif.wordpress.com/2012/03/26/produk-dalam-negeri-mampu-bersaing> diunduh pada tanggal 26 November 2012.

Roberts, Mary Lou, 2003. *Internet Marketing*. International Edition. New York: The McGraw-Hill Companies. Inc.

Shimp, Terence A., 2003, “Periklanan Promosi”. diterjemahkan oleh Revyani Sjahrial, S.E. dan Dyah Anikasari, S.sos. Erlangga. Jakarta

<http://surabayakota.bps.go.id> diunduh pada tanggal 29 November 2012.

Ustadiyanto, Riyeko dan Ariani, Silvia Ratna, 2001. *Strategi Serangan Internet Marketing*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi.

http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Surabaya diunduh pada tanggal 29 November 2012.