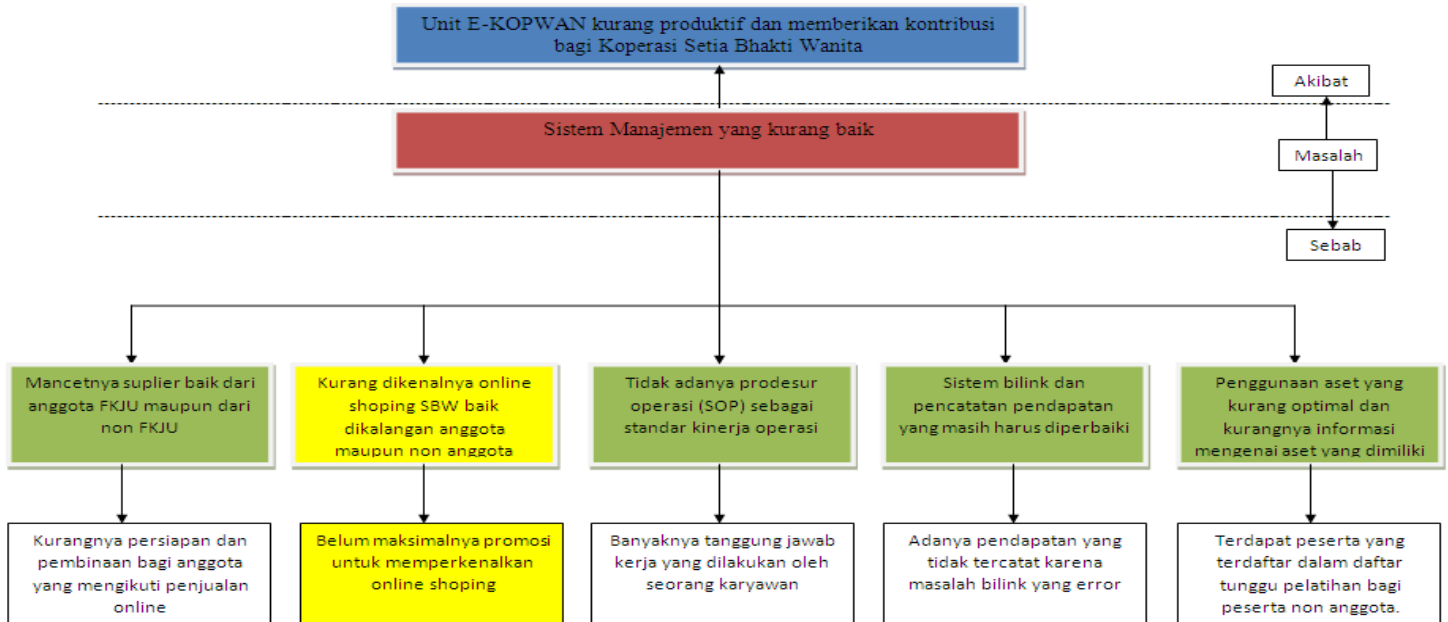


# Lampiran 1

## BAGAN AKAR MASALAH



**Keterangan : Warna Kuning adalah masalah dibagian promosi**

**Lampiran 2**

**TABEL AKAR MASALAH**

**Pemecahan Masalah dan Rencana Perbaikan untuk Pemasaran  
Online Shopping di E-Kopwan**

Di Susun Oleh:

1. Felix Ristanto      3103009188 (Masalah no 1)
2. Ririen Susanti      3103009232 (Masalah no 2)

## Lampiran 2 (Lanjutan)

No	Masalah	Bukti	Solusi	Pelaksanaan	Tujuan	Manfaat	Jenis Masalah	Tujuan E-Kopwan
1	Macetnya Supplier anggota FKJU dan non-FKJU.	Online shopping E-Kopwan sementara tidak diaktifkan, padahal nanti akan menjadi pendapatan E-Kopwan.	<p>*Dadakan program pembinaan 3 bulan sekali oleh penjual yang telah berpengalaman di Online Shopping.</p> <p>*Membuat jadwal untuk supplier (anggota FKJU dan non-FKJU) dalam mengkonfirmasi produk yang mereka produksi.</p>	<p>*Melobby pembicara yang berpengalaman pada usaha online shopping.</p> <p>*Merekrut pegawai marketing sebagai customer service untuk menangani masalah distribusi anggota FKJU dan non FKJU.</p>	<p>*Meningkatkan pengetahuan tentang bisnis online dari waktu ke waktu baik kepada anggota lama maupun anggota baru.</p> <p>*Mencatat keaktifan anggota FKJU dan non-FKJU yang ikut pada online shopping E-Kopwan.</p>	<p>*Anggota FKJU dan non-FKJU siap menghadapi pemesanan barang atau jasa yang melalui online shopping.</p> <p>*Anggota FKJU dan non-FKJU bisa melaporkan kaparpunjika tidak bisa berproduksi karena ada urusan tertentu.</p>	Pemasaran Online.	<p>Membantu Memasarkan Produk Anggota Melalui Internet.</p>

## Lampiran 2 (Lanjutan)


No	Masalah	Bukti	Solusi	Pelaksanaan	Tujuan	Manfaat	Jenis Masalah	Tujuan E-Kopwan
2	Kurang terkenalnya online shopping E-Kopwan.	*Bukti pengiriman barang ke konsumen yang lama hanya terdapat kurang dari 11 lembar.	*Mempromosikan online shopping E-Kopwan lewat media internet dan koran.  *Mengenalkan online shopping kepada peserta <del>pelatihan</del> komputer.	*Memasang iklan seminggu sekali di website, facebook, BB (Blackberry), dan di koran Jawa Pos yang sering dibaca oleh orang Surabaya.  *Pada akhir mata pelajaran <del>pelatihan</del> komputer, peserta diberi tahu website online shopping E-Kopwan dan mempromosikannya kepada mereka.	*Memperkenalkan online shopping kepada masyarakat umum.  *Diketahui oleh anggota koperasi yang tidak mengetahui dan tidak pernah mengunjungi online shopping E-Kopwan.	*Menambahnya jumlah pengunjung di online shopping E-Kopwan.  *Anggota koperasi akan mengunjungi online shopping E-Kopwan di luar jam <del>pelatihan</del> komputer.	Pemasaran Online.	Membantu Memasarkan Produk Anggota Melalui Internet.


## Lampiran 2 (Lanjutan)

No	Masalah	Bukti	Solusi	Pelaksanaan	Tujuan	Manfaat	Jenis Masalah	Tujuan E-Kopwan
	Lanjutan no 2		<p>*Memasukan E-Kopwan ke dalam semua paket studi banding.</p> <p>*Memperkenalkan online shopping E-Kopwan ke dalam pameran pada saat hari tertentu.</p>	<p>*Membuat menu baru E-Kopwan untuk studi banding dengan memasukkan pengenalan online shopping sebagai salah satu menu utamanya.</p> <p>*Bagian marketing telah menyiapkan program untuk memamerkan E-Kopwan di dalam sebuah cara pameran baik yang diadakan pemerintah atau koperasi Setia Bahkti Wanita tersebut.</p>	<p>*Mengenalkan kepada kaum muda.</p> <p>*Memberikan Edukasi serta promosi online shopping E-Kopwan.</p>	<p>*Diketahui oleh kaum muda sehingga sering dikunjungi karena mereka sering menggunakan online shopping.</p> <p>*Masyarakat umum menjadi lebih tahu tentang manfaat online shopping E-Kopwan di Koperasi Setia Bahkti Wanita.</p>	Pemasaran Online.	<p>Membantu Memasarkan Produk Anggota Melalui Internet.</p>


# Lampiran 3

## Bukti 11 Transaksi Pengiriman Barang *Online Shopping* di E-Kopwan

 Customer Service Jl. Pasir Soreh Raya No. 2 Jakarta 10430, Indonesia Tel. (021) 31922309		<b>BUKTI TANDA TERIMA KIRIMAN BARANG</b> <b>CONSIGNMENT NOTE</b>		<b>02 011 047 8864</b>	
KIRIMAN DARI <b>SDRYA YANUAR ANNUR ROHIM</b> No. 0274-565774 JGGJAKARTA		KEPERUSAHAAN <b>E-KOPWAN</b> KOPERASI SETIA BHAKTI MANITA JL. JEMUR ANDAYANI NO.55 BURABAYA		No. 020110478864 DARI SHIPPER No. 031-8434055 REG SUB01.00	
JUMLAH TITIPAN / NO. OF PIECES 1	BERAT / WEIGHT 1.00	BIAYA KIRIM / FREIGHT Rp. 2,000	BIAYA / ADD. CHARGE Rp. 0	JUMLAH TOTAL Pack/Ades Rp. 2,000	
ISI MENURUT PENGAKUAN / CONTENTS <b>BUKU</b>		Dengan menyebutkan TITIPAN ke TIKI, selaku pengirim kami menyatakan bahwa keterangan yang tertera di atas pada simbol BTRB ini adalah benar dan kami setuju serta tunduk pada pedoman dan syarat Pengiriman TIKI.			
PERINCIAN BERAT / WEIGHT DETAILS VOLUME:		Pengirim/Shipper: <i>Sdr. Yanuar Annur Rohim</i> (Nama-Tanda Tangan/Name/Signature) <b>ABEN KENDANUSARI</b> Tgl./Date: <b>Friday, 06 May 2011 (11:28:45)</b>			
CATATAN: 1. Alamat dengan P.O. Box tidak dapat diterima di tujuan. 2. Nama & alamat penerima / pengirim harus dilampirkan lengkap dan jelas pada setiap titipan. 3. Titipan yang diterima pada hari Sabtu dan atau hari dimana keesokannya libur, akan dikirimkan pada hari kerja berikutnya.					

 Customer Service Jl. Pasir Soreh Raya No. 2 Jakarta 10430, Indonesia Tel. (021) 31922309		<b>BUKTI TANDA TERIMA KIRIMAN BARANG</b> <b>CONSIGNMENT NOTE</b>		<b>02 010 406 5761</b>	
KIRIMAN DARI <b>PT HM SAMPUDERNA</b> JL CIREBON -BANDUNG KM 3,2 NO 45 DESA BONGAS KULON KEC SUMBER JAYA MATALENGA		KEPERUSAHAAN <b>E-KOPWAN</b> KOPERASI SETIA BHAKTI JEMUR ANDAYANI NO 55 BURABAYA		No. 020104065761 DARI SHIPPER No. 031-8434055 REG SUB01.00	
JUMLAH TITIPAN / NO. OF PIECES 1	BERAT / WEIGHT 3.90	BIAYA KIRIM / FREIGHT Rp. 2,000	BIAYA / ADD. CHARGE Rp. 6,000	JUMLAH TOTAL Pack/Ades Rp. 2,000	
ISI MENURUT PENGAKUAN / CONTENTS <b>KARDUS</b>		Dengan menyebutkan TITIPAN ke TIKI, selaku pengirim kami menyatakan bahwa keterangan yang tertera di atas pada simbol BTRB ini adalah benar dan kami setuju serta tunduk pada pedoman dan syarat Pengiriman TIKI.			
PERINCIAN BERAT / WEIGHT DETAILS VOLUME: 16X30X46 = 3.68 KG		Pengirim/Shipper: <i>Zaimul Shihara</i> (Nama-Tanda Tangan/Name/Signature) <b>ZAIMUL SHIHARA</b> Tgl./Date: <b>Thursday, 30 December 2010</b>			
CATATAN: 1. Alamat dengan P.O. Box tidak dapat diterima di tujuan. 2. Nama & alamat penerima / pengirim harus dilampirkan lengkap dan jelas pada setiap titipan. 3. Titipan yang diterima pada hari Sabtu dan atau hari dimana keesokannya libur, akan dikirimkan pada hari kerja berikutnya.					

# Lampiran 3 (Lanjutan 1)


		Customer Service Jl. Tondong Selatan 1 No. 2 Jakarta 10430 Tel. (021) 51922000	
BUKTI TANDA TERIMA KIRIMAN BARANG <b>CONSIGNMENT NOTE</b>		02 010 551 7889	
KEPADA CONSIGNEE: <b>MAS DEWI IRIANTI</b>		DARI SHIPPER: <b>020105517889</b>	
SUKUMULYO RT.18 RW.05 <b>MANTAR</b> MANTAR (GRESIK)		WANITA E-KOPWAN JEMUR ANDAYANI NO.55 SETIA BHAKTI SUBURBAYA	
Telp./Fax: <b>SUB16-11</b>		Telp./Fax: <b>SUBURBAYA</b>	
JUMLAH TITIPAN/ NO. OF PIECES <b>1</b>	BERAT/ WEIGHT <b>3.00</b>	BIAYA KRIM / FREIGHT BIAYA / ADD. CHARGE Selling RP: <b>54.000</b> Forward RP: <b>43.000</b> Pack/Adm: <b>2.000</b>	TOTAL <b>99.000</b> SEMBILAN PULUH SEMBILAN RIBU RUPIAH
ISI MENURUT PENGAKUAN / CONTENTS: <b>Ins</b>		Dengan menyerahkan TITIPAN ke TIKI, selaku pengirim kami menyatakan bahwa keterangan yang tertera di atas adalah benar dan benar seluruhnya tunduk pada pedoman dan syarat Pengiriman TIKI.	
KOTAK COLOK PERINCIAN BERAT / WEIGHT DETAILS VOLUME: <b>34X57X26 = 8.40 KG</b>		Pengirim/Shipper: <b>MALIK</b> (Nama tanda tangan/Name/Signature)	
CATATAN: 1. Alamat dengan PO. Box tidak dapat diantar di luaran. 2. Nama & alamat penerima / pengirim harus diulaskan lengkap dan jelas pada setiap titipan. 3. Titipan yang diterima pada hari Sabtu dan atau hari dimana keesokannya libur, akan dikirimkan pada hari kerja berikutnya.		Monday, 17 January 2011 (11:09:19)	

Account Number Customer Reference		Branch / Agent Air Waybill Number: <b>1 796728 880008</b>	
Shipper Company Name: <b>E-KOPWAN SETIA BHAKTI</b>		Receiver Company Name: <b>KOMP KODAM JAYA K2 / 129</b>	
City: <b>JAK-BA</b>		City: <b>JAK-BA</b>	
Province / Region: <b>JAK</b>		Province / Region: <b>JAK</b>	
Name: <b>080212</b>		Name: <b>080212</b>	
Description of Shipments		Description: <b>1</b>	
Any dangerous goods in this shipment? Yes No		Total: <b>1</b>	
Delivery Instructions		Received by / Proof of Delivery Time: <b>1200</b> Date: <b>080212</b>	
Charges Toll: <b>13.000</b> Other: <b>13.000</b> Insurance: <b>13.130</b> Guarantee: <b>13.130</b>		JNE Signature: <b>080212</b> Received by / Proof of Delivery: <b>1</b>	
Guarantee Letter for Charge on Delivery (C.O.D.) I hereby guarantee that the charges of this shipment will be paid by the consignee. If the consignee refuse to pay, I will accept the charges.		Terms and Conditions of Carriage I hereby on behalf of myself or anyone who has an interest in the shipment acknowledge to accept the terms and conditions set out on the reverse side of this air waybill, including but not limited to the liability limits and conditions set out on the reverse side of this air waybill.	

JNE Form 001 - 03/08/01

# Lampiran 3 (Lanjutan 2)

Account Number		Origin	SUB		Branch / Agent		www.jne.co.id		 <p><b>JNE</b> EXPRESS SERVICE NETWORK</p> <p>JNE SERVICES</p> <input type="checkbox"/> Intouch <input type="checkbox"/> Indonesia Domestic <input type="checkbox"/> Diplomat Service <input type="checkbox"/> Super Speed Service <input checked="" type="checkbox"/> YES Guarantee Service <input type="checkbox"/> Regular Service <input type="checkbox"/> ONE Click Saving Service <input type="checkbox"/> International <input type="checkbox"/> Others <input checked="" type="checkbox"/> Type of Goods <input checked="" type="checkbox"/> Document <input type="checkbox"/> Parcel <input type="checkbox"/> WE CANNOT DELIVER TO PO BOX ADDRESS Origin: SHIPPER			
Customer Reference		Destination	JAKARTA		Air Waybill Number	1 923016 590008						
Shipper Company Name	KOPERASI WANITA SETIA BHAKTI WANITA		Receiver Company Name	KOMARI		1 20318434055						
Address	031-8434055		Address	JL. SALEMBARAYA 28A BAG. NAGFAH LTP 5B PERPUSTAKAAN		1 20318434055						
City / Province / Region	Postal / Zip Code	Country	City / Province / Region	Postal / Zip Code	Country	1 20318434055						
Name	Tel. No.		Name	Tel. No.		1 20318434055						
Description of Shipments		Declare Value	Dimensions		Description		Pieces	Weight Kgs		Dimensions Length Width Height	Weight Kgs	
Any dangerous goods in this shipment? Yes No		If yes, please notify our customer service		Payment Mode		Total		JNE Signature		Received by / Proof of Delivery		
Delivery Instructions		COD		Date		Date		Name		Name		
Charges	Shipper Signature	Time	Date		Name		Name			Name		
13 000	13 000	160112	160112		160112		160112		160112			
180	180	160112	160112		160112		160112		160112			
13.180	13.180	160112	160112		160112		160112		160112			

Account Number		Origin	SUB		Branch / Agent		www.jne.co.id		 <p><b>JNE</b> EXPRESS SERVICE NETWORK</p> <p>JNE SERVICES</p> <input type="checkbox"/> Intouch <input type="checkbox"/> Indonesia Domestic <input type="checkbox"/> Diplomat Service <input type="checkbox"/> Super Speed Service <input checked="" type="checkbox"/> YES Guarantee Service <input type="checkbox"/> Regular Service <input type="checkbox"/> ONE Click Saving Service <input type="checkbox"/> International <input type="checkbox"/> Others <input checked="" type="checkbox"/> Type of Goods <input checked="" type="checkbox"/> Document <input type="checkbox"/> Parcel <input type="checkbox"/> WE CANNOT DELIVER TO PO BOX ADDRESS Origin: SHIPPER			
Customer Reference		Destination	JAKARTA		Air Waybill Number	1 767978 660009						
Shipper Company Name	KOPERASI WANITA SETIA BHAKTI WANITA		Receiver Company Name	RANI / YANA		1 767978 660009						
Address	031-8434055		Address	KOMPLEK ROMA JAYA K2/129 RT007 RW 05 KALIDES		1 767978 660009						
City / Province / Region	Postal / Zip Code	Country	City / Province / Region	Postal / Zip Code	Country	1 767978 660009						
Name	Tel. No.		Name	Tel. No.		1 767978 660009						
Description of Shipments		Declare Value	Dimensions		Description		Pieces	Weight Kgs		Dimensions Length Width Height	Weight Kgs	
Any dangerous goods in this shipment? Yes No		If yes, please notify our customer service		Payment Mode		Total		JNE Signature		Received by / Proof of Delivery		
Delivery Instructions		COD		Date		Date		Name		Name		
Charges	Shipper Signature	Time	Date		Name		Name			Name		
13 000	13 000	160112	160112		160112		160112		160112			
180	180	160112	160112		160112		160112		160112			
13.180	13.180	160112	160112		160112		160112		160112			



# Lampiran 3 (Lanjutan 3)


Account Number		Origin	Branch / Agent		www.jne.co.id		JNE EXPRESS INTERNATIONAL	
Customer Reference		Destination	Air Waybill Number	875084 550005		JNE SERVICES		
Shipper Company Name: <b>KOPERASI WANITA SETIA BHAKTI</b>		City: <b>KLATEN</b>	Receiver Company Name: <b>BAMBANG CP</b>	Address: <b>KAYOR DPEKAP BIDANG PAD</b>		<input type="checkbox"/> Indirect <input type="checkbox"/> Indonesia Domestic <input type="checkbox"/> Diplomat Service <input type="checkbox"/> Super Speed Service <input checked="" type="checkbox"/> YES Guarantee Service <input checked="" type="checkbox"/> Parcel Service <input type="checkbox"/> OK! Cash on Delivery Service <input type="checkbox"/> International <input type="checkbox"/> Other		
Address: <b>0318439065</b>		Postal / Zip Code: _____	City: <b>KLATEN</b>	Postal / Zip Code: _____		<input type="checkbox"/> Document <input checked="" type="checkbox"/> Parcel <input type="checkbox"/> WE CANNOT DELIVER TO PO BOX ADDRESS Origin: <b>SHIPPER</b>		
Province / Region: <b>SUB</b>		Country: _____	Province / Region: _____	Country: _____				
Description of Shipments		Declare Value	Dimensions					
Any dangerous goods in this shipment? Yes No		Payment Mode	Description	Pieces	Weight Kg	Length	Width	Height
Delivery Instructions		<input checked="" type="checkbox"/> Cash <input type="checkbox"/> C.O.D.						
Charges		Shipper Signature	JNE Signature		Received by / Proof of Delivery			
Full	11500	Time: <b>16:00</b>	Time: _____		Time: _____			
Other	115	Date: <b>18-09-12</b>	Date: <b>18-09-12</b>		Date: _____			
Insurance	1615	Name: _____	Name: _____		Name: _____			
Insurance Adj		Signature	Signature		Signature			
Account		Name	Name		Name			
<b>Guarantee Letter for Charge on Delivery (C.O.D.)</b> I hereby guarantee that the charges of this shipment will be paid by the consignee. If the consignee refuse to pay, I will accept the charges.								

Account Number		Origin	Branch / Agent		www.jne.co.id		JNE EXPRESS INTERNATIONAL	
Customer Reference		Destination	Air Waybill Number	1 796310 350001		JNE SERVICES		
Shipper Company Name: <b>SETIA BHAKTI</b>		City: <b>PEMALANG</b>	Receiver Company Name: <b>PRIYO SISMANTO</b>	Address: <b>JL. GUNUNG SLAMET RT05RW 09</b>		<input type="checkbox"/> Indirect <input type="checkbox"/> Indonesia Domestic <input type="checkbox"/> Super Speed Service <input type="checkbox"/> YES Guarantee Service <input type="checkbox"/> Parcel Service <input type="checkbox"/> OK! Cash on Delivery Service <input type="checkbox"/> International <input type="checkbox"/> Other		
Address: _____		Postal / Zip Code: _____	City: <b>PEMALANG</b>	Postal / Zip Code: _____		<input type="checkbox"/> Document <input checked="" type="checkbox"/> Parcel <input type="checkbox"/> WE CANNOT DELIVER TO PO BOX ADDRESS Origin: <b>SHIPPER</b>		
Province / Region: _____		Country: _____	Province / Region: _____	Country: _____				
Description of Shipments		Declare Value	Dimensions					
Any dangerous goods in this shipment? Yes No		Payment Mode	Description	Pieces	Weight Kg	Length	Width	Height
Delivery Instructions		<input type="checkbox"/> Cash <input type="checkbox"/> C.O.D.						
Charges		Shipper Signature	JNE Signature		Received by / Proof of Delivery			
Full	21.500	Time: <b>12:00</b>	Time: _____		Time: _____			
Other	235	Date: <b>18-09-12</b>	Date: <b>18-09-12</b>		Date: _____			
Insurance	22.725	Name: _____	Name: _____		Name: _____			
Insurance Adj		Signature	Signature		Signature			
Account		Name	Name		Name			
<b>Guarantee Letter for Charge on Delivery (C.O.D.)</b> I hereby guarantee that the charges of this shipment will be paid by the consignee. If the consignee refuse to pay, I will accept the charges.								

JMS Form 0211 - 04/06/11

# Lampiran 3 (Lanjutan 4)

		BUKTI TANDA TERIMA KIRIMAN BARANG CONSIGNMENT NOTE <b>02 009 792 1537</b>	
KEPADA/ CONSIGNEE: <b>RATIH DEWI N</b> JL. CAKALANG I NO 213 C BIL. RT/ RW: 01/001-ANG TALEK, DEPOK		TIKI ACCOUNT NUMBER <b>020097921537</b>	
DARI/ SHIPPER: <b>KOPERASI WANITA SETIA</b> <b>Telp. JEMUR ANDAYANI 55</b> <b>SURABAYA</b>		SERVICE: <input type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> ONS <input type="checkbox"/> TDS <input type="checkbox"/> REG <input type="checkbox"/> Packing <input type="checkbox"/> Insurance	
BIAYA KIRIM / FREIGHT: <b>RP 2.000</b> BIAYA ADD. CHARGE: <b>RP 0</b> JUMLAH TOTAL: <b>RP 2.000</b> Forward Pack/Adm Ins		REGION: <b>SUB01.00</b> <b>0.000</b> DELAPAN RIBU RUPIAH	
ISI MENURUT PENGAMU / CONTENTS: <b>BUKU</b>		Dengan menyerahkan TITIPAN ke TIKI, selaku pengirim kami menyatakan bahwa keterangan yang terdapat pada lembar ITTB ini adalah benar dan kami setuju serta tunduk pada pedoman dan Syarat Pengiriman TIKI.	
PERINCIAN BERAT / WEIGHT DETAILS: VOLUME: <b>1</b>		TERIMA KASIH ANDA MENGUNAKAN TIKI Pengirim/Shipper: <i>Diang</i> (Nama-tanda tangan/Name-Signature) <b>TIKI</b> <b>AGEN 32</b> JL. DINDAYO SURABAYA TALEK JAWA BARU 60117-0000 - 70750568	
CATATAN: 1. Alamat dengan P.O. Box tidak dapat dilantar di tujuan. 2. Nama & alamat penerima / pengirim harus dituliskan lengkap dan jelas pada setiap titipan. 3. Titipan yang diterima pada hari Sabtu dan atau hari dimana keesokannya libur, akan dikirimkan pada hari kerja berikutnya.			

		BUKTI TANDA TERIMA KIRIMAN BARANG CONSIGNMENT NOTE <b>02 010 125 4980</b>	
KEPADA/ CONSIGNEE: <b>IBU PURWANTI</b> JL. TOLE ISKANDAR KM 1 NO 61 DEPOK		DARI/ SHIPPER: <b>E-TOP ONE</b> <b>JEMUR ANDAYANI 55</b> <b>SURABAYA</b>	
BIAYA KIRIM / FREIGHT: <b>RP 15.000</b> BIAYA ADD. CHARGE: <b>RP 0</b> JUMLAH TOTAL: <b>RP 15.000</b> Forward Pack/Adm Ins		SERVICE: <input type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> ONS <input type="checkbox"/> TDS <input type="checkbox"/> REG <input type="checkbox"/> Packing <input type="checkbox"/> Insurance	
ISI MENURUT PENGAMU / CONTENTS: <b>BUKU</b>		Dengan menyerahkan TITIPAN ke TIKI, selaku pengirim kami menyatakan bahwa keterangan yang terdapat pada lembar ITTB ini adalah benar dan kami setuju serta tunduk pada pedoman dan Syarat Pengiriman TIKI.	
PERINCIAN BERAT / WEIGHT DETAILS: VOLUME: <b>1</b>		TERIMA KASIH ANDA MENGUNAKAN TIKI Pengirim/Shipper: <b>ZAINUL SHINARA</b> (Nama-tanda tangan/Name-Signature) (gl./Date) Thursday, 04 November 2010 (15:06:22)	
CATATAN: 1. Alamat dengan P.O. Box tidak dapat dilantar di tujuan. 2. Nama & alamat penerima / pengirim harus dituliskan lengkap dan jelas pada setiap titipan. 3. Titipan yang diterima pada hari Sabtu dan atau hari dimana keesokannya libur, akan dikirimkan pada hari kerja berikutnya.			

# Lampiran 3 (Lanjutan 5)

		BUKTI TANDA TERIMA KIRIMAN BARANG <b>CONSIGNMENT NOTE</b>		<b>02 009 459 6972</b>
KEPADA/ CONSIGNEE: <b>MELANIA CREDIT UNION</b> Up. MANAGER Jl. BATIK RENSSANIS NO. 2 SUKA WIYU BANDUNG Telp./fax.: 081 362 423 647		TIKI ACCOUNT NUMBER		SERVICES <input type="checkbox"/> SS Sameday Service <input type="checkbox"/> ONS Over Night Service <input type="checkbox"/> TDS Two Day Service <input checked="" type="checkbox"/> REG Reguler Service <input type="checkbox"/> Packing <input type="checkbox"/> Insurance
DARI/ SHIPPER: <b>KORPRIANTAS SETIA BHAKTI</b> WJANTA Jl. JEMUR ANDASANI NO. 15 GEMARAYA		Telp./fax:		
JUMLAH TITIPAN/ NO. OF PIECES: <b>1</b>	BERAT/ WEIGHT: <b>1</b>	BIAYA KIRIM / FREIGHT: <b>RP. 23.000</b> BIAYA / ADD. CHARGE: <b>RP. 23.000</b> JUMLAH/TOTAL: <b>RP. 46.000</b>	Dengan menyerahkan TITIPAN ke TIKI, selaku Pengirim kami menyatakan bahwa isi barang yang dititipkan terdapat pada lembar BTKB ini adalah benar-benar benar-benar sesuai dengan yang tertera pada Pelebaran dan Syarat Pengiriman TIKI.	
ISI MENURUT PENGAKUAN / CONTENTS: <b>DOKUMEN</b>		TERIMA KASIH TUNDA MELALUI MANAGER		
PERINCIAN BERAT / WEIGHT DETAILS VOLUME:		Pengirim/Shipper:		
CATATAN: 1. Alamat dengan P.O. Box tidak dapat diantar di tujuan. 2. Nama & alamat penerima / pengirim harus dituliskan lengkap dan jelas pada setiap titipan. 3. Titipan yang diterima pada hari Sabtu dan atau hari dimana ke-esokannya libur, akan dikirimkan pada hari kerja berikutnya.		Tgl. / Date <b>24 Juli 2010</b>		

## Lampiran 4

### Kuisisioner untuk Anggota Koperasi Kuisisioner

Dimohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuisisioner ini guna menunjang hasil observasi pada laporan tugas akhir Kuliah Praktek Bisnis (KPB) oleh Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul “Koperasi Setia Bhakti Wanita dan Promosi *Online Shopping* di E-Kopwan Surabaya”.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Hormat saya,

Ririen Susanti

1. Apakah Anda anggota Koperasi Setia Bhakti Wanita?  
a. Ya      b. Tidak
  
2. Apakah Anda pernah menggunakan internet, facebook atau BBM?  
a. Ya      b. Tidak
  
3. Apakah Anda tahu mengenai *online shopping* E-Kopwan?  
a. Ya      b. Tidak

## Lampiran 5

Kuisisioner Umum

Kuisisioner

Dimohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuisisioner ini guna menunjang hasil observasi pada laporan tugas akhir Kuliah Praktek Bisnis (KPB) oleh Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul “Koperasi Setia Bhakti Wanita dan Promosi *Online Shopping* di E-Kopwan Surabaya”.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Hormat saya,

Ririen Susanti

1. Berapa usia Anda?  
a. 12-15 th      b. 15-18 th      c. 18-23th      d. 23-30 th
2. Apakah Anda berdomisili di Surabaya?  
b. Ya      b. Tidak
3. Apakah Anda pernah membuka situs *online shopping* di internet, facebook, atau BBM ?  
b. Ya      b. Tidak
4. Apakah Anda pernah membeli barang atau jasa disitus *online shopping*?  
a. Ya      b. Tidak
5. Apakah Anda tahu mengenai *online shopping* E-Kopwan?  
b. Ya      b.Tidak

## Lampiran 6

**Tabel 1**  
**Hasil Data Kuisisioner untuk Anggota Koperasi**

Pertanyaan	Ya	%	Tidak	%	Total %
No 1	15	100 %	0	-	100%
No 2	9	60%	6	40%	
No 3	4	27%	11	73%	

Jumlah responden : 15 Orang

Dari hasil presentasi di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. 100 % orang adalah anggota koperasi.
2. 60% orang adalah para pengguna internet, facebook atau BBM.
3. 27% orang adalah mengetahui *Online Shopping* E-Kopwan.

Maka kesimpulan yang diambil adalah masih banyak anggota koperasi yang belum mengetahui keberadaan online shopping milik E-Kopwan.



## Lampiran 7

**Tabel 2**  
**Hasil Data Kuisioner Umum**

Pertanyaan	Ya	%	Tidak	%	Total %
No 2	42	93%	3	7%	100%
No 3	35	77%	10	23%	
No 4	27	60%	18	40%	
No 5	2	2%	43	98%	

Jumlah responden : 45 Orang

Keterangan:

- Usia 12-15 ada 10 orang
- Usia 15-18 ada 7 orang
- Usia 18-23 ada 15 orang
- Usia 23-30 ada 13 orang

Dari hasil presentasi di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. 93% orang adalah tinggal di Surabaya.
2. 77% orang adalah pernah membuka situs *online shopping* di internet, facebook atau BBM.
3. 60% orang adalah pernah membeli barang atau jasa disitus *online shopping*.
4. 2% orang adalah mengetahui *online shopping* E-Kopwan

Maka kesimpulan yang diambil adalah banyak masyarakat kota Surabaya yang sudah terbiasa membuka situs online shopping dengan memesan atau tidak memesan, tetapi belum mengetahui keberadaan online shopping E-Kopwan.

## Lampiran 8

### Panduan *Online Shopping* E-Kopwan Surabaya



Oleh:

1. **FELIX RISTANTO**      **3103009188**
2. **RIRIEN SUSANTI**      **3103009232**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2013**

# Bagian 1

## Pendahuluan

### 1. Mengapa harus membaca panduan ini?

Seperti yang diketahui pada era jaman sekarang *online shopping* bukanlah sesuatu hal yang tabu lagi. banyak orang dan badan usaha yang telah menggunakan ini sebagai perantara media yang mudah, murah dan juga lebih peraktis sesuai dengan perilaku orang Indonesia yang menyukai barang praktis dan instan. Tetapi di dalam perjalanan usaha di sini tidaklah sangat mudah. Banyak kendala-kendala atau masalah-masalah yang sering dihadapi. Apalagi kalau sudah terkait dengan penyaluran melalui lembaga yang membantu memasarkan barang melalui *online shopping*.

Maka dari itulah, panduan ini akan membahas tentang permasalahan-permasalahan yang terjadi pada usaha *online shopping*. Didalamnya juga terdapat pemecahan masalah yang bisa membantu seseorang untuk mengatasinya. Gambaran-gambaran dari awal akan diberikan di dalam pedoman ini, sehingga orang tidak akan rugi dalam membacanya. Jadi dengan sendirinya wawasan akan bertambah.

Setelah wawasan itu bertambah maka diharapkan dapat menimbulkan suatu kesadaran yang dimana pentingnya antara kedua peranan antara lembaga E-Kopwan dengan anggota FKJU (Forum Komunikasi Jaringan Usaha) atau Non FKJU

(Forum Komunikasi Jaringan Usaha) dalam menerapkan usaha *online shopping*. Dengan begitu maka bentuk kerjasama akan mudah didapat serta harapan untuk mencapai nilai maksimum di dalam penjualan *online shopping* akan berjalan dengan lancar.

Panduan ini juga sekaligus sebagai pengenalan *online shopping* E-kopwan kepada calon *supplier* yaitu anggota Forum Komunikasi Jaringan Usaha dan Non Forum Komunikasi Jaringan Usaha yang menggunakan jasa-jasa mereka. Sehingga sudah jelas semua tentang peranan masing-masing dalam menjalankan bisnis ini. Kami harapkan panduan ini bisa menjadi minimalisasi permasalahan-permasalahan utama dan menjadi suatu perubahan serta pembaharuan sistem yang lebih baik.

## 2. Siapa yang seharusnya membaca panduan ini?

Buku ini diterapkan hanya kepada anggota Forum Komunikasi Jaringan Usaha dan Non Forum Komunikasi Jaringan Usaha yang ikut bergabung dengan *online shopping* milik E-Kopwan. Jadi, sebelum terjun ke dunia bisnis online shopping atau mengikuti training-training yang ada lewat program pembinaan diharap yang ikut berpartisipasi ini telah memiliki gambaran atau ilmu pengetahuan dasar tentang *online shopping*. Gambaran itu nantinya akan mempermudah anggota Forum Komunikasi Jaringan Usaha dan Non Forum Komunikasi Jaringan Usaha dalam mengetahui transaksi

penjualan dan pembelian lewat dunia maya sehingga tidak terjadi lagi ketidak jelasan informasi baik untuk anggota Forum Komunikasi Jaringan Usaha dan Non Forum Komunikasi Jaringan Usaha dengan pihak E-Kopwan.

**3. Kapan dan bagaimana menggunakan panduan ini?**

Sebelum terjun ke *online shopping* diharapkan anggota Forum Komunikasi Jaringan Usaha dan Non Forum Komunikasi Jaringan Usaha telah membaca panduan ini dengan tuntas. Setelah membaca panduan ini maka harus dibuatlah sebuah forum atau rapat mengenai pembinaan *online shopping* oleh pakarnya sehingga dapat membantu mereka yang masih kurang jelas mengenai *online shopping*. Dalam forum tersebut peserta bisa melakukan tanya jawab dengan dasar gambarang yang telah mereka miliki dalam panduan ini untuk membahas secara lebih mendalam sampai keakar masalah pada *online shopping* yang akan mereka hadapi. Sehingga lebih terstruktur dan jelas semuanya.

## Bagian 2

### Tujuan dan Manfaat

#### 1. Tujuan

Perkembangan kecanggihan TI (Teknologi Informasi) harusnya bisa dipergunakan dalam meningkatkan penghasilan dan keuntungan usaha yang sudah dijalani pada jaman sekarang, dengan melakukan bisnis *online*, secara tidak langsung telah membantu mempromosikan usaha itu menjadi lebih cepat, mudah serta murah.

Pengusaha harus lebih telitih dalam menangkap berbagai sinyal situasi yang terjadi di sekitar pasar. Berbagai kemudahan telah ada dan ditawarkan melalui penjualan *online* ini harus mampu meningkatkan gairah pembeli untuk mengakses *website* usaha yang ada di E-Kopwan. Bahkan akhir-akhir ini, belanja *online* sudah menjadi kebiasaan tersendiri di kalangan masyarakat kota Surabaya terutama kaum Hawa. Sekarang ini, kurang lebih masyarakat Indonesia telah mampu dalam mengakses internet. Namun total jumlah orang yang mempunyai jiwa seorang wirausahawan dengan menggunakan teknologi ini masih terbilang sedikit.

Jumlah penduduk Indonesia sebanyak 200 juta lebih, dan terdapat 30 juta penduduk Indonesia menggunakan internet secara rutin. (<http://teknologi.kompasiana.com>) Banyak masyarakat telah bisa dan bahkan telah terbiasa dalam mengakses internet yang dapat mereka pakai melalui ponsel atau modem jaringan internet atau melalui wifi untuk pengguna laptop dan tablet. Ini adalah suatu

peluang yang sangat baik untuk wirausahawan dalam membuka usaha melalui online.

Wirausahawan bisa mendapatkan lebih banyak keuntungan dengan bisnis *online* atau sering disebut dengan *online shopping*. Bisnis *online* ini umumnya sangat mudah dilakukan oleh siapa saja, terutama dari pihak perempuan. Tak heran jika berbagai keuntungan yang ditawarkan dari sana dengan hanya menjadi wirausahawan *online* telah diminati dan menjadi peluang usaha tersendiri untuk para perempuan.

Keuntungan lain yang ditawarkan oleh bisnis *online* adalah tak harus memiliki toko atau harus menghabiskan waktu untuk berbelanja saat sedang sibuk. Tak hanya itu, untuk menjadi seorang wirausaha *online* tak membutuhkan banyak modal promosi seperti spanduk atau beriklan di koran, majalah, radio maupun di televisi, karena sekarang telah banyak penyedia layanan yang memberikan kebebasan untuk membuat *website* sendiri secara gratis.

## 2. Manfaat

Manfaat yang akan didapat melalui bisnis ini sangat banyak dan begitu menggairkan karena internet telah menjadi populer di masyarakat Surabaya. Sekarang internet telah banyak dan terus mengalami perkembangan pemakainya. Terutama orang yang tinggal di Surabaya yang termaksud kota terbesar ke dua setelah Jakarta. Jadi, banyak pekerjaan serta bisnis telah menggunakan internet dari yang rumahan sampai perkantoran.

Berikut ini akan dijabarkan tentang manfaat yang bisa diperoleh dari bisnis *online* diantaranya adalah:

### **1. Terdapat hubungan langsung antara pemasar dengan konsumen**

Ada dua pihak yang telah diuntungkan disini, yaitu pihak konsumen dan pihak pemasar. Pertama keuntungan dari pihak konsumen adalah kemudahan dalam mencari informasi tentang produk atau jasa yang mereka cari. Hanya dengan mengetik sebuah kata kunci sudah banyak bermunculan toko-toko online di sana sehingga konsumen bisa melihat mana produk atau jasa yang ingin mereka tuju. Kedua adalah keuntungan dari pihak pemasar adalah mereka secara tidak langsung dalam dunia maya sudah didatangi oleh konsumen yang sedang asik mencari-cari produk atau jasa harapannya.



## 2. Menekan biaya promosi

Dengan bisnis *online shopping*, telah banyak menekan biaya promosi yang bisa melambung 2x atau 4x lipat jika dilakukan secara manual. Ini terjadi karena biaya cetak untuk sebuah brosur, spanduk sangat mahal dibanding dengan melakukan promosi melalui *online* yang bisa menghasilkan biaya sampai nol rupiah dan menjangkau wilayah sampai ke nasional. Sangat berbeda jika melakukan secara manual yang hanya bisa mencapai wilayah jaringan promosi hanya sekala kota Surabaya saja. Maka dari itulah kesadaran untuk UKM dalam bisnis *online* ini sangat dianjurkan demi terciptanya keefisienan penekanan biaya promosi yang harus mereka lakukan.

## 3. Menghemat waktu

Sebenarnya bisnis *online* ini dengan fasilitas yang ada berupa website atau blog kegiatan promosi sudah dapat diunduh oleh konsumen setiap waktu bahkan bisa terhitung dalam detik. Tak hanya itu saja para wirausahawan hanya butuh kreativitas dalam mempromosikan produk mereka tidak membutuhkan waktu yang sangat lama. Mereka hanya mengandalkan kreatifitas gambar di dalam *website* yang digunakan untuk meraih para konsumen dengan foto atau gambar barang atau jasa dengan kata-kata yang menarik dan hanya dalam hitungan satu detik dengan jumlah pengundu

akan banyak. Biasanya tergantung dari pemakaian kata serta foto atau gambar mereka. Sehingga dalam hal ini para wirausahawan harus benar sangat berhati-hati.

#### **4. Jangkauan yang Didapat Sangat Luas**

Jelas setelah penjabaran panjang di atas, internet ini menggapai suatu jaringan yang sangat luas yang bisa digapai seluruh nasional atau internasional. Semua itu biasanya berdasarkan bahasa yang digunakan. Jika bahasa yang digunakan berbahasa inggris maka bisa mencapai go Internasional, jika tidak ya hanya pasar nasional saja yang didapat. Jadi harus benar-benar dipertimbangkan.

#### **5. Bisa diakses dimana saja**

Sekarang adalah jaman flexible, maksudnya adalah jaman yang tidak lagi harus membuat diri menjadi sibuk, kerepotan atau susah setengah mati. Contohnya saja penggunaan internet yang bisa menggunakan modem berupa flash dis yang bisa dibawa kemana-mana serta banyak daerah di Surabaya sudah terdapat wifi jadi para pengguna internet bisa melakukannya kapanpun dan dimanapun. Baik mereka menggunakan ponsel,laptop, tablet atau komputer di rumah. Hal ini yang membuat sistem belanja *online* semakin ngetren dimata konsumen karena prosesnya sangat mudah.

### Bagian 3

## Masalah – Masalah Yang Terjadi di Penjualan *Online Shopping* pada E-Kopwan

#### 1. Kurangnya komunikasi dengan distributor di E-Kopwan

Pada umumnya tujuan pokok yang ingin dicapai oleh Anggota FKJU/ Forum Komunikasi Jaringan Usaha dan non anggota FKJU adalah untuk dapat menghasilkan laba, mengalami perkembangan dan menjaga kelangsungan hidup Anggota FKJU dan non anggota FKJU. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha maka semakin tajam pula tingkat persaingan antara sesama Anggota FKJU dan non anggota FKJU dan perusahaan – perusahaan besar.

Perusahaan memiliki biasanya memiliki tiga tujuan utama yang saling berkaitan, yaitu mencapai atau memperoleh laba maksimal untuk kemakmuran pemilik Anggota FKJU dan non anggota FKJU, menjaga kelangsungan hidup Anggota FKJU dan non anggota FKJU, dan mencapai kesejahteraan masyarakat sebagai tanggung jawab sosial Anggota FKJU dan non anggota FKJU. Untuk menempuh tujuan tersebut, para Anggota FKJU dan non anggota FKJU dapat menggunakan penjualan secara *online* yang memiliki keuntungan yaitu biaya yang tidak terlalu tinggi, serta toko yang dapat buka selama 24 jam. Serta pemasaran yang dilakukan melalui internet tidak hanya untuk kota sekitar para Anggota FKJU dan non anggota FKJU

melakukan produksi, melainkan seluruh dunia dapat memesan barang apabila tertarik dengan produk Anggota FKJU dan non anggota FKJU.

Masalah yang terjadi dalam penjualan melalui *website* E-Kopwan yaitu kurangnya komunikasi antara distributor dengan pihak E-Kopwan sendiri. Kurangnya komunikasi ini dapat berakibat fatal. Akibat fatal tersebut di antara lain yaitu malunya *website* E-kopwan ketika ada pelanggan yang meminta barang/produk yang diinginkan oleh pelanggan tersebut ketika melihat di *website* E-Kopwan, tetapi setelah melihat barang tersebut dan pelanggan tersebut tertarik untuk memesannya ternyata barang tersebut sudah tidak diproduksi lagi.

Akibat fatal tersebut bukan hanya berdampak kepada pihak koperasi Setia Bhakti Wanita saja, melainkan berdampak juga kepada pihak Anggota FKJU dan non anggota FKJU yang menjual barang/produk tersebut. Dampak yang diterima oleh pihak Anggota FKJU dan non anggota FKJU yaitu nama Anggota FKJU dan non anggota FKJU tersebut. Karena pelanggan merasa sangat kecewa sudah menginginkan barang/produk tersebut tetapi pihak Anggota FKJU dan non anggota FKJU sudah tidak produksi lagi. Akibat yang fatal kemungkinan para pelanggan tidak akan membeli barang/produk tersebut lagi.

Melihat dampak – dampak yang terjadi apabila tidak ada komunikasi antara pihak E-Kopwan dengan pihak Anggota

FKJU dan non anggota FKJU ini merupakan kesalahan – kesalahan kecil yang dilakukan oleh Anggota FKJU dan non anggota FKJU, tetapi memiliki akibat yang sangat fatal dan berdampak kepada dua belah pihak. Demi mewujudkan tiga tujuan utama yang diinginkan oleh para Anggota FKJU dan non anggota FKJU, maka para Anggota FKJU dan non anggota FKJU harus mengatasi masalah ini yang menjadi penghambat utama serta mungkin menjadi kegagalan para Anggota FKJU dan non anggota FKJU.

### 3. Produk yang kurang menarik

Masalah – masalah yang umum terjadi dalam penjualan melalui *website* yaitu masalah produk para *supplier* (Anggota FKJU dan non anggota FKJU) yang kurang menarik dalam hal pendisplayan. Para Anggota FKJU dan non anggota FKJU dapat merancang semenarik mungkin dan memilih perancangan yang cocok dengan produk Anggota FKJU dan non anggota FKJU sendiri. Dalam masalah merancang produk dalam *website*, Anggota FKJU dan non anggota FKJU harus dapat memberikan rancangan yang sekreatif mungkin yang sekiranya dapat menarik perhatian para konsumen.

Salah satu faktor penyebab kurang bersaingnya sektor Anggota FKJU dan non anggota FKJU yaitu kurang menariknya kemasan terhadap produk Anggota FKJU dan non anggota FKJU sendiri. Kurang menariknya kemasan yang dilakukan

oleh para Anggota FKJU dan non anggota FKJU ini dapat menyebabkan daya saing yang melemah dengan pihak pesaing baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Kebanyakan para Anggota FKJU dan non anggota FKJU pada saat ini melakukan perancangan kemasan yang kurang menarik yang dapat mempengaruhi penjualan, bahkan hingga produktivitas Anggota FKJU dan non anggota FKJU itu sendiri.

Untuk menunjang pemasaran yang bagus, pelaku Anggota FKJU dan non anggota FKJU harus memperhatikan kemasan yang dilakukan terhadap produk mereka. Kebanyakan produk Anggota FKJU dan non anggota FKJU yang dikemas masih kalah jauh dalam soal kemasan oleh produk pabrikan. Karena kurang menariknya produk Anggota FKJU dan non anggota FKJU dalam hal kemasan, maka akan merugikan pihak Anggota FKJU dan non anggota FKJU tersebut. Karena pelanggan akan memilih produk yang berkemasan menarik dan dalam kemasan tersebut dapat meyakinkan para konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang bagus.

Tentu saja masalah ini tidak hanya terjadi untuk kemasan produk yang kurang menarik, tetapi juga masalah dalam pendisplayan yang dilakukan oleh para Anggota FKJU dan non anggota FKJU dalam *website*. Apabila didalam *website* gambar produk tidak tertata dengan menarik serta tidak ada kata – kata yang dapat meyakinkan para konsumen, maka produk yang kita

muat dalam *website* akan dipandang sebelah mata saja oleh para konsumen.

## Bagian 4

### Cara Mengatasi Masalah yang Terjadi pada *Online Shopping* di E-Kopwan

#### 1. Menimbulkan kesadaran diri

Kesadaran akan tercipta apabila telah mengetahui bagian diri dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam *online shopping*. Sedangkan pengertian kesadaran diri itu sendiri adalah proses pengenalan kepribadian kita dengan motivasi dari orang lain dalam sebuah hubungan sosialisasi dengan orang lain yang ada disekitarnya dan manfaat dari kesadaran diri ini adalah memahami diri sendiri ketika berinteraksi dengan orang lain dan mendekatkan hubungan dengan relasi. Agar semua itu semakin terlaksana, maka pekerjaannya harus kami jelaskan mulai dari awal yaitu pengertian antara *supplier* dan distributor serta hubungan antara keduanya yang tak bisa terpisahkan atau berjalan sendiri-sendiri.

***Supplier*** itu sendiri adalah orang atau badan usaha yang menjadi pemasok suatu barang atau jasa terhadap suatu badan usaha atau lembaga dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan **distributor** adalah badan usaha atau lembaga yang mendistribusikan atau pihak yang memasarkan barang atau jasa dari *supplier* yang telah memiliki suatu ikatan kusus dalam perjanjian bisnis.



Jadi pengertian diatas bisa dimaknai hubungan yang erat sekali. Bisa diartikan jika *supplier* macet maka distributor akan merasa binggung karena pendistribusian barang atau pemasaran barangnya kepihak lain akan merasa terganggu atau menjadi macet sehingga tidak dapat berproses ketahap yang berikutnya. Bisa juga kebalikannya Supplier lancar tetapi distributornya yang macet maka mengakibatkan pihak *supplier* menjadi rugi sehingga bisa menjadi pemutusan kinerja bisnis yang juga tidak diharapkan oleh lembaga atau badan usaha milik distributor.

Pasti mulai binggung antara siapa itu Suppliernya dan siapa itu distributornya? Maka kami akan lebih perinci lagi dengan pengertian sangat mudah yaitu ***supplier* adalah anggota FKJU (Forum Komunikasi Jaringan Usaha) dan Non FKJU** yang menjadi sumber pemasok *online Shopping* dari E-Kopwan. Sedangkan **distributornya adalah E-Kopwan itu sendiri** yang sebagai perantara pemasaran dari mereka di *online shopping*.

Jadi inti dari penjabaran di atas adalah pihak dari anggota FKJU dan non anggota FKJU harus dapat berkerjasama dengan E-Kopwan. **Kerjasamanya bagaimana caranya?** Yaitu dengan memperkuat hubungan komunikasi antara kedua belah pihak. Komunikasi tersebut bisa berupa keluhan atau masukan dari perdagangan *online* ini. Biasanya pihak E-Kopwan memberikan fasilitas ini melalui *customer service* yang akan dikhususkan untuk pihak FKJU dan non anggota FKJU. Maka, pihak distributor tidak perlu merasa susah sendirian karena dari

pihak E-Kopwan akan mempermudah masalah *online shopping* yang dihadapi.

Cuma untuk menghubungkan *customer service* akan diberikan penjadwalan tersendiri antara anggota FKJU dan non anggota FKJU agar tidak saling berebut dan juga merasa tidak terfalitasi. Bagaimanapun kepuasan pelayanan terhadap *supplier* tetap kami nomer satukan. Sebagai salah satu bentuk keperdulian kami adalah dengan cara membuat pembinaan selama 3 bulan sekali agar persiapan mental dan juga kesadaran diri timbul dari sisi *supplier*. Setelah diadakannya pembinaan yang sekaligus akan diterangkan bagaimana dan kapan membuat keluhan dan saran terhadap customer servicenya diharapkan *online shopping* akan berjalan dengan lancar dan tingkat penjualan akan bertambah seiringnya program baru *online shopping* yang akan diadakan oleh E-Kopwan itu sendiri.

Sesuai dengan tujuan kami yaitu “*mengajak anggota untuk membantu memasarkan produk anggota melalui internet*” akan segera terlaksana. Walaupun tujuan utama kami adalah anggota, yang bukan anggota kami juga akan membantunya sebagai salah satu memuaskan *supplier* untuk menjadi distributor yang baik dan juga profesional. Bagaimanapun E-Kopwan yang juga bagian dari unit Koperasi Setia Bakhti wanita tetap menerapkan misi dari koperasi yaitu “*meningkatkan pelayanan koperasi dan kualitas sumber daya*”

*manusia untuk dapat menumbuh kembangkan kehidupan yang lebih bertanggung jawab (mandiri) dan berkesinambungan”.*

Mari kita tumbuhkan kerjasama ini dengan tenaga semaksimal mungkin agar semua yang kita impikan berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Hal ini kami semua terapkan sesuai dengan motto koperasi yaitu “*berkembang dengan derap kebersamaan*”. Kapan lagi menunggu perubahan kalau tidak dilakukan sejak dini. Jam berputar dengan cepat berganti dari pagi menjadi siang, siang menjadi sore dan sorepun akan berganti dengan malam. Begitulah sebaliknya, maka kita harus memanfaatkan waktu ini semaksimal mungkin. Ibarat pepatah waktu adalah uang, maka kesadaran akan kebersamaan harus dimulai sekarang sehingga tidak menunda-nunda waktu ini untuk memulai bisnis yang sangat baik serta bermanfaat. Kami berharap tidak akan lagi terjadinya kemacetan antara *supplier* ke distributor dan harapan kami adalah semoga bisnis *online shopping* ini berubah menjadi bisnis yang lebih bermanfaat.

## 2. Melakukan pembaharuan produk

Setelah tahap pertama yaitu tentang kesadaran diri sudah terlaksana maka perlulah tahap kedua itu dijalankan. **Apa yang dimaksud dengan pembaharuan produk?** Pembaharuan produk yang dimaksud dalam panduan kami ini adalah penampilan gambar iklan yang berganti kurang lebih dua minggu sekali setiap kalinya. **Mengapa?** Hal ini terkait dengan

tingkat kejenuhan atau kebosanan yang dialami oleh konsumen yang melihat situs yang selalu menampilkan gambar yang sama. Selain itu lebih baik menggunakan banyak gambar atau foto barang atau jasa karena lebih menarik dari pada hanya menggunakan tulisan berupa cerita yang dapat membuat konsumen enggan membacanya.

Hal ini dikarenakan dapat merangsang otak kanan manusia. Apa yang dimaksud dengan otak kanan? **Otak kanan** adalah otak yang digunakan oleh manusia untuk mengembangkan kreatifitasnya. Dengan otak inilah kerajinan tangan dibuat dan keindahan *design* buatan manusia tercipta dari kerajinan itu. Biasanya kalau orang membeli barang itu menggunakan rangsangan otak kanan. Contoh saja seorang konsumen yang melihat barang-barang atau jasa yang dipromosikan pada mereka. Tentulah mereka melihat pada awalnya adalah taktik promosinya. Entah dari warna brosur, gambar yang menarik atau alur cerita yang menyenangkan jika menggunakan media elektronik ataupun cetak. Hal ini tentunya adalah rangsangan otak kanan yang membuat mereka ingin maju membelinya.

Berikut tips-tips penampilan yang lebih baik untuk *website* di toko *online* :

### **1. Tampilkan Gambar atau Foto yang Menarik**

Agar gambar atau foto yang ada di dalam *website* lebih menarik, maka sebelum diupload kesana lebih baik diperhatikan beberapa hal seperti berikut:

1. Gambar atau foto harus beraneka ragam
2. Warna *background* harus cerah sehingga menarik konsumen
3. Pencahayaan harus jelas atau cukup

### **2. Tampilkan Sertifikasi Serta Testimonial Jika Dapat Ditampilkan**

Jika produk *online shopping* ini mengandung sertifikasi dan testimonial, maka dengan mudah akan lebih dapat dipercaya oleh para konsumen yang melihat produk yang ada di *website* tersebut. Maksud dari sertifikasi tersebut adalah bisa berupa sertifikat halal, sertifikat departemen kesehatan dan lain-lain. Sedangkan testimonial adalah pengakuan dari suatu produk yang pernah diujicobakan kepada konsumen.

Dari tips ini diharapkan dapat merangsang otak kanan yang pada intinya akan merangsang otak kiri karena rangsangan otak kiri hanya terjadi jika orang tersebut sudah mendapatkan rangsangan dari otak kanan dan jumlah

rangsangan ini adalah sangat sedikit. Biasa hanya digunakan oleh seorang konsumen yang berpikir logis dan tak bersifat hedonis atau hanya bersifat berbelanja untuk kesenangan saja. Jika dipikir-pikir tidak menggunakan rangsangan otak kanan adalah begitu merugikan dalam bisnis *online shopping*. Perubahan-perubahan itu harus segera dilaksanakan. Jika tidak, mana mungkin konsumen akan membeli atau hanya sekedar mampir saja mereka akan merasa malas. Tentunya semua orang yang usaha ini tiak mau kan terjadi demikian adanya. Cobalah untuk merubah suatu penampilan menjadi lebih menyenangkan lagi.

Contohnya dalam kasus ini adalah pada saat mencantumkan keterangan itu penting, tapi lebih pentingnya hanya mencantumkan harga, kualitas, unit jenis barang atau jasa dan model-modelnya sehingga tidak banyak hanya keterangan saja yang dimaksudkan. Konsumen jarang mau membaca sejarah. Biasanya mereka langsung melihat pada produk dan jasa yang ditawarkan pada *online shopping* tersebut. Jika dipertahankan hanya kerugian waktu dan pendapatan yang akan terasa dalam menjalankan bisnis ini.

Pembaharuan produk harus dilakukan dengan benar mulai dari sekarang karena nanti akan membantu E-kopwan sebagai distributor ke dua dalam permasalahan promosi online shoppingya ke masyarakat umum menjadi lebih mudah. Apalagi dalam melaksanakan pemasaran program

baru untuk E-Kopwan itu sendiri. Hal ini tentunya harus diimbangi dengan pengupdatean promosi atau pembaharuan informasi yang harus mereka lakukan seminggu sekali atau dua minggu sekali sehingga konsumen tidak merasa jenuh dan senang terhadap produk atau jasa yang sering mengupdate promosi usaha mereka. Tetapi tidak boleh setiap hari karena ini juga berdampak pada penurunan dari kepuasan konsumen yang diakibatkan oleh kejenuhan juga.

Nantinya kalau sering dikunjungi konsumen atau sering di update informasi terbaru akan membuat dampak secara sengaja atau tidak sengaja penampilan barang atau jasa anggota FKJU atau non anggota FKJU akan membuat situs *online shopping* menjadi terletak no satu dalam semua situs yang ada di *google*. Maka dari itu marilah bentuk perubahan sebaik mungkin untuk daya tarik yang baik pula.

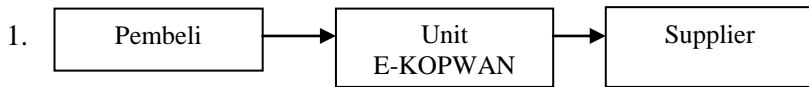
Sedangkan untuk iklan di media cetak atau komunikasi non pribadi seperti mengenalkan *online shopping* kepada peserta pelatihan komputer, memasukan E-Kopwan ke dalam semua paket studi banding dan memperkenalkan *online shopping* E-Kopwan ke dalam pameran pada saat hari tertentu caranya juga sama.

Cuma untuk yang bagian periklanan dimedia cetak hanya berfokus pada pengambilan *design* promosi untuk periklanan yang hampir sama dengan tips menyertakan gambar atau foto di *website* namun diseleksi pengambilan

gambar atau foto hanya sebagai perwalian dari gambar-gambar atau foto-foto punya anggota FKJU atau non anggota FKJU dan diberi sedikit tambahan kata-kata yang menarik perhatian pembaca atau semacam kata-kata seponsor, tetapi dalam hal ini harus sesuai dengan besar kecilnya iklan. Maka lebih baik menggunakan iklan dikoran tidak terlalu kecil atau terlalu besar agar enak dipandang dan mudah dibaca oleh calon konsumen.



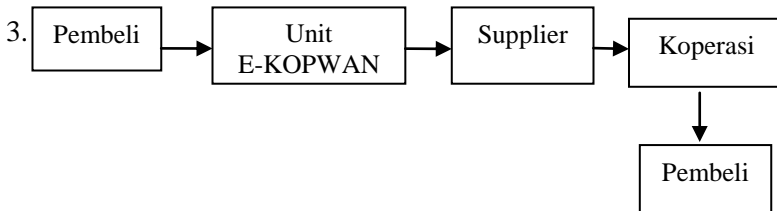
## Contoh Alur Pemesanan Barang



Pada tahap pertama, pembeli menghubungi unit E-KOPWAN untuk melakukan pemesanan barang. Setelah unit E-KOPWAN menerima pesanan barang dari pembeli, kemudian unit E-KOPWAN menghubungi supplier untuk melakukan pengecekan barang.



Setelah melakukan pengecekan barang, unit E-KOPWAN menghubungi pembeli untuk memberitahukan barang yang dipesan ada atau tidak.



Setelah mengetahui barang dipesan sudah ada, maka pembeli melakukan transfer uang kepada unit E-KOPWAN. Dan kemudian unit E-KOPWAN menghubungi supplier bahwa pembeli sudah melakukan transfer. Kemudian dari pihak supplier langsung melakukan pengiriman barang kepada pembeli.

## Contoh Iklan di Koran dan Online Shopping

Contoh Iklan yang di koran saya ambil dari website:

[http://www.deviantart.com/download/103475149/iklan\\_koran\\_BRI\\_by\\_coffeenmilk27.jpg&imgrefurl=h](http://www.deviantart.com/download/103475149/iklan_koran_BRI_by_coffeenmilk27.jpg&imgrefurl=h)

**BANK BRI**  
Melayani Dengan Setulus Hati

# Anyway is Your Way

Lengkapi Perjalanan Anda  
Dengan BRI Card

Anda dapat melakukan berbagai macam transaksi  
dan sekaligus mendapatkan banyak manfaat,  
dengan melakukan satu kartu.

Maestro  
PRIMA  
CIRRUS  
ATM  
BERSAMA  
BANK CARD

Call/BRI  
14017  
021-521-001-00

www.bri.co.id

Satu Solusi Untuk Semua Transaksi

Contoh Iklan yang di online shopping bagian 1 saya ambil dari website:

[http://ideaengineers.sapient.com/wp-uploads/2010/11/Google\\_Boutiques\\_2.png&imgrefurl](http://ideaengineers.sapient.com/wp-uploads/2010/11/Google_Boutiques_2.png&imgrefurl)

The screenshot displays the BOUTIQUES.com website interface. At the top, there are navigation links for 'Help', 'Log In', and 'Create Your Boutique'. The main header features the 'BOUTIQUES.com' logo with 'FALL 2010' and 'BETA' subtext, alongside a search bar and a 'SEARCH' button. Below the header is a black navigation bar with categories: 'EXPLORE BOUTIQUES', 'YOUR BOUTIQUE', 'SHOES', 'CLOTHING', 'BAGS', 'ACCESSORIES', and 'DESIGNERS'. The main content area is titled 'Boots' and 'SHOES > BOOTS > LACE-UPS'. It includes filter options for 'Lace-Ups', 'Free Shipping', 'On Sale', and 'Luxury Only'. A left sidebar lists various boot styles such as 'Motorcycle', 'Platforms', 'Pull-On', 'Rain Boots', 'Riding', 'Shearling And Fur-Trimmed', 'Short-Boots', 'Side-Zip', 'Tall-Boots', 'Wedges', 'Western', and 'Wide-Calf'. Below this is a 'Refine By:' section with expandable menus for 'STYLE', 'PRICE', 'DESIGNER', 'COLOR', 'SILHOUETTE', 'STORE', and 'SIZE'. The main product grid shows six items: 1. A tan suede lace-up boot with a wedge heel (MATIKO SHOES, \$176.00). 2. A pair of metallic gold lace-up boots (LA VINTAGE, \$40.30). 3. A tan suede lace-up boot with a wedge heel (POUR LA VICTOIRE, \$308.00). 4. A tan suede lace-up boot with a wedge heel. 5. A black lace-up boot with a high wedge heel. 6. A brown lace-up boot with a high wedge heel. Each item has 'Save' and 'Share' buttons. On the right side, there is an 'INSPIRATION' section with a vertical stack of fashion-related images.

Contoh Iklan yang di online shopping bagian 2 saya ambil dari website:  
[http://www.nuffnang.com.my/wp-content/uploads/2010/11/Jipaban-Online-Shopping-Mall\\_1290066315362.jpeg&imgrefurl](http://www.nuffnang.com.my/wp-content/uploads/2010/11/Jipaban-Online-Shopping-Mall_1290066315362.jpeg&imgrefurl)

