

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus.

1. Sejarah Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus.

KOPERASI SERBA USAHA PADURENAN JAYA Badan Hukum Nomor: 503/208/bh/21/2009. Alamat: Jln. Kyai Hasyim Gg. I No. 4 Rt: 01 Rw: 01 Kodepos 59354. Telp. 085302910158/085640567838 Email: *admin@padurenanjaya.com*. Desa Padurenan, Kec. Gebog, Kab. Kudus, terletak sekitar 7 KM dari pusat kota Kudus.

Profil cluster Padurenan, desa Padurenan, Kecamatan Gebog terletak sekitar 7 KM dari pusat Kota Kudus yang banyak dikunjungi oleh Wisatawan Peziarah Masjid Menara Sunan Kudus. Desa Padurenan dibina dan dipromosikan sebagai desa produktif kerajinan border dan konveksi, karena promosi dan informasi yang menyebar baik melalui program pameran (eksibisi) dan juga internet, maka Padurenan menjadi lebih dikenal. saat ini beberapa wisatawan religi (peziarah makam sunan kudus) sering “mampir” ke Padurenan. Demikian juga beberapa pedagang pembeli dari Surabaya, Surakarta, Cepu, Blora, Bali, Lombok, sudah banyak yang mendatangi langsung ke UKM.¹

KSU Padurenan Jaya didirikan sebagai bagian dari pengembangan Padurenan sebagai desa produktif, disahkan dengan Notaris No. 76 Tanggal 25 Februari 2009. Pada awalnya Koperasi memiliki anggota 40 pengusaha konveksi dan bordir yang meliputi pengusaha yang berdomisili di desa Padurenan, Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. Keberadaan Koperasi ditujukan untuk lebih mengembangkan konveksi. Jumlah UKM konveksi jahit dan bordir di Padurenan kurang lebih 150 UKM. Jumlah UKM yang menjadi binaan melalui KSU Padurenan Jaya berjumlah antar 110-120 UKM. Beberapa UKM adalah produsen baju seragam karyawan (*wearpac*),

¹ Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus Tahun 2014, hlm. 5.

seragam sekolah mulai SD, SMP, dan SMU atau SMK untuk baju umum dan resmi, ada juga kerajinan tas, makanan dan pedagang.

Sejarah Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya pada tahun 2008 dengan terpilihnya Bapak Bibit Waluyo sebagai Gubernur Provinsi Jawa Tengah telah dicetuskan suatu gerakan “bali ndeso mbangun deso” yang diprogramkan selama masa jabatan beliau (2008-2013). Gerakan ini bertujuan mengarahkan kembali orientasi pembangunan ke Padurenan yang bersifat menyeluruh, terkait dengan pengembangan sumber daya manusia, alam, lingkungan, sosial, budaya politik dan kewilayahan. Pembangunan pedesaan menjadi isu strategis dan penting, mengingat di Jawa Tengah terdapat 7.807 desa yang dihuni oleh sekitar 60% dari jumlah penduduk Jawa Tengah yang mencapai 32,2 juta jiwa (pria 49,62%) dan perempuan 50,38%). Dengan membangun pedesaan diharapkan ekonomi masyarakat desa semakin meningkat pada akhirnya tingkat kesejahteraan rakyat Jawa Tengah semakin membaik.

Selanjutnya untuk mengimplementasikan gerakan tersebut diharapkan segenap potensi masyarakat Jawa Tengah yang memiliki pengetahuan, keterampilan, teknologi dan informasi hendaknya dapat ditularkan kepada masyarakat pedesaan. Demikian pula bagi mereka yang memiliki kekayaan atau modal yang besar dapat memberikan bantuan modal usaha atau bertindak sebagai bapak angkat guna melindungi, memasarkan, dan mengembangkan usaha produktif yang dilakukan masyarakat pedesaan. Adapun gerakan bali deso mbangun deso didasarkan atas dasar suatu visi yaitu “terwujudnya masyarakat Jawa Tengah yang semakin sejahtera”, dengan menetapkan 6 butir misi yang akan dijalankan, yaitu:

- a. Mewujudkan pemerintah yang bersih dan profesional serta sikap responsif aparatur.
- b. Pembangunan ekonomi kerakyatan berbasis pertanian, UMKM dan industri padat karya.
- c. Memantapkan kondisi sosial budaya yang berbasiskan kearifan lokal.

- d. Pengembangan sumber daya manusia berbasis kompetensi secara berkelanjutan.
- e. Peningkatan perwujudan pembangunan fisik dan insfrastruktur.
- f. Mewujudkan kondisi aman dan rasa aman dalam kehidupan masyarakat.

Dengan adanya gerakan “ bali ndeso mbangun deso” yang diperkenalkan oleh Gubernur, diharapkan pembangunan desa di Jawa Tengah bisa dilaksanakan secara terpadu dan sinergis oleh semua pihak sehingga akan mampu mempercepat pemberdayaan ekonomi perdesaan sejalan dengan hal tersebut, bank indonesia bersama pemerintah provinsi jawa tengah sejak tanggal 19 maret 2008 telah menandatangani nota kesepahaman NO. 077/04440 DAN NO. 10/1/DPG/DKM/SKB tentang kerjasama pengembangan ekonomi jawa tengah. Adapun maksud dari nota kesepahaman tersebut adalah untuk meningkatkan penyelenggaraan pengembangan ekonomi terpadu di Jawa Tengah. Tujuan nota kesepahamn tersebut adalah mensinergikan pelaksanaan kebijakan perekonomian daerah melalui koordinasi yang hasilnya berupa rekomendasi dan langkah aktif lain guna memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Jawa Tengah serta mnedukung program pembangunan ekonomi nasional .

Adapun ruang lingkup dari nota kesepahaman tersebut adalah:

- a. Koordinasi pengembangan usaha mikro (kecil), dan menengah (umkm) dan *sector riil* pada umumnya
- b. Koordinasi peningkatan daya saing daerah bidang ekonomi terkait globalisasi dan penguatan fungsi internasional
- c. Koordinasi pemantauan dan pengendalian harga di Jawa Tengah
- d. Pertukaran data, informasi dan kajian/ penelitian perekonomian Jawa Tengah
- e. Kegiatan lain dalam pengembangan ekonomi Jawa Tengah yang disepakati bersama.

Selanjutnya dalam rangka turut berperan serta dalam gerakan dari desa “dari desa mbangun desa” sekaligus implementasi nota kesepahaman

tersebut, maka KBI Semarang bersama dengan *stakeholder* terkait yakni pemerintah Kabupaten Kudus beserta jajaran SKPD nya, Bank Jateng dan balai besar peningkatan produktivitas Dipnakertrans RI serta Dinas Tenaga Kerja, Tranmigrasi Dan Kependudukan Provinsi Jawa Tengah sepakat untuk berkontribusi bersama dalam melaksanakan program pengembangan diamond cluster bordir dan konveksi di desa produktif Padurenan Kudus. Program pengembangan tersebut dilaksanakan melalui pendekatan *diamond cluster* yang telah *di launching* pada tanggal 5 Agustus 2009, ditandai dengan penandatanganan dokumen kesepakatan kerjasama (MOU) antara para pihak tersebut diatas DENGAN NO. 11/37/DKBU/BPBU/SM, 563/ 6298, B.17 3/LATTAS-BBPP/ V11/ 09, 59 TAHUN 2009 DAN 4525/ HT. 01.02/2009. Sehingga membuahkan hasil dengan terbentuknya Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus pada tanggal 25 Februari 2009.²

Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus berdiri sebagaimana pengertian Koperasi menurut uu no. 25/1992 Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.³

Landasan Koperasi yaitu Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, serta berdasar azas kekeluargaan dengan tujuan Koperasi adalah memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

Bentuk dari Koperasi Padurenan Jaya sendiri adalah Koperasi primer yaitu Koperasi yang didirikan oleh orang dan seseorang yang beranggotakan sekurang-kurangnya 20 orang. Dan ternyata jumlah dari anggota Koperasi Padurenan ada 137 orang sampai akhir tahun 2015, yang terbukti mendapat

² Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) 30 Desember 2016.

³ Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis*, Nora Media Entepriise, Kudus, 2010, hlm.

SHU (sisa hasil usaha) tahunan. Sedangkan Koperasi sekunder yaitu harus dibentuk oleh sekurang kurangnya 3 Koperasi yang sudah berbadan hukum.⁴

Koperasi Padurenan dibentuk berdasarkan modal dari anggota yang berupa simpanan pokok dan simpanan wajib. Setiap anggota Koperasi yang telah terdaftar harus membayar simpanan pokok sekali seumur hidup selama menjadi anggota Koperasi sebesar Rp. 500.000, dan simpanan wajib sebulan sekali sebesar Rp.10.000. Adapun modal pinjaman berasal dari anggota Koperasi, dan Bank dan Lembaga keuangan lainnya. Seperti selama ini telah ikut banyak membantu seperti : Koperasi Indonesia, BI, Bank Jateng, Dinas Umkm dan Perindustrian Kab. Kudus.

Sesuai tujuan pembentukan Koperasi itu sendiri yaitu memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut serta membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila Dan UUD 1945. Usaha Koperasi Padurenan melakukan kegiatannya dalam 4 kegiatan operasional yaitu:

- a. Usaha simpan pinjam bagi anggota.
- b. Menyediakan bahan baku atau toko mulai dari (kain, benang, kancing, resleting, dan perlengkapan atau peralatan menjahit serta kebutuhan lainnya).
- c. Menyediakan tempat pembordiran benang dengan motif apapun. Ditopang 3 mesin border komputer dengan merek *becs-316/366 computerized embroidery machine*, yang mampu melayani pelanggan baik dari anggota atau luar anggota yang membordirkan produknya di Koperasi dan mampu bekerja 24 jam sehari.
- d. *Washing* tempat pencucian dan pewarnaan kain yang akan digunakan untuk bahan baku pembuatan baju yang diperkirakan dalam tahun ini akan dijalankan. Kesemuanya sangat membantu dalam usaha bagi

⁴Junaidi Abdullah, *Bentuk-Bentuk Perusahaan Dalam Bisnis Di Indonesia Dan Manfaatnya*, *Jurnal Iqtishadia Edisi Ii Vol.1*, Jurusan Syariah STAIN Kudus, Kudus, 2007, hlm. 23.

seluruh anggotanya karena semuanya ada dan didukung dengan peralatan *modern* serta harga yang bersahabat jadi sangat efisien.⁵

2. Visi dan Misi Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus

Visi

“Menjadikan desa Padurenan sebagai *cluster* wisata yang memiliki produktivitas serta daya saing industri yang tinggi sehingga menjadi penggerak bagi pertumbuhan ekonomi desa-desa sekitarnya”.

Misi

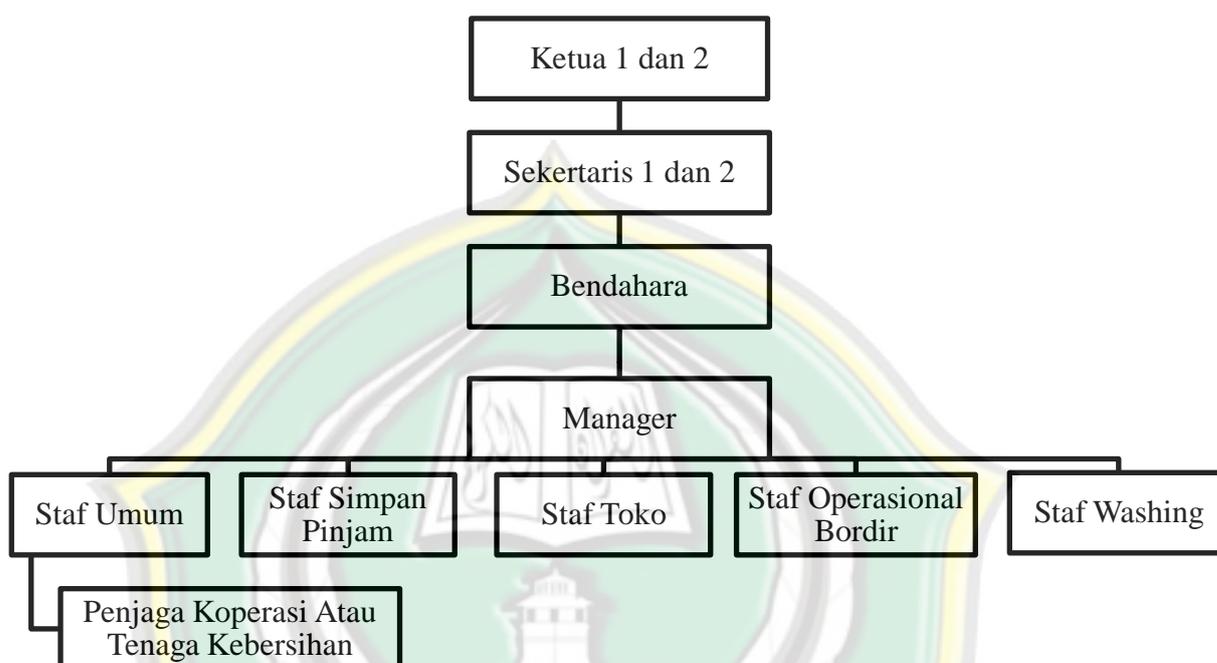
- a. Pemberdayaan masyarakat di desa produktif Padurenan sebagai manusia yang religi, kreatif, produktif, dan memiliki etika bisnis serta modal sosial yang tinggi.
- b. Mendorong keterlibatan aktif dari aparatur pemerintah dalam pembangunan fisik atau infrastruktur serta *stakeholder* terkait dalam peningkatan daya saing industri bordir dan konveksi sehingga mendukung terwujudnya *diamond cluster* bordir dan konveksi di desa produktif Padurenan kudus.
- c. Mendorong bertumbuhnya berbagai industri pendukung serta jaringan usaha yang bersinerji untuk meningkatkan daya saing *diamond cluster* bordir dan konveksi di desa produktif Padurenan kudus.

⁵ *Op., Cit.*, Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) 30 Desember 2016.

3. Struktur organisasi Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus.

Gambar 4.1

Bagan Struktur Organisasi



Keterangan:

Adapun struktur organisasi dari Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya untuk masa jabatan 2014 sampai sekarang adalah sebagai berikut :

Ketua I : Arif Chuzaimatun

Ketua II : H. Ghufon, M.Pd

Sekretaris I : Achsanudin Ismanto

Sekretaris II : H. Muh. Ansori

Bendahara : H. Muh. Sholichan

Karyawan Atau Pegawai :

Manager : Pengurus Sebagai Koordinator

1. ZH. Ghufon Devisi Toko Dan Pemasaran

2. H. Muh. Ansori Devisi Bordir Komputer

3. H. Muh. Sholichan Devisi Simpan-pinjam

Staf Umum :

1. Izzan An Ilmi
2. Henny Afrida
3. Tatik Kartika
4. Khoirul Anwar
5. Shihabuddin

Staf Operasional Bordir :

1. Noor A'isyah
2. Mu'awanah
3. Luthfiami'ati
4. Tutik Purwanti
5. Hendrawan
6. Budi Santoso
7. Imam Rozaqi
8. Mafttuhan.

Penjaga Koperasi Atau Tenaga Kebersihan : Kadari

Kegiatan Usaha :

1. Devisi pemasaran : Izzan An Ilmi
2. Devisi Bahan Baku : H. Ghufron, M.Pd
3. Devisi Jasa Bordir : H. Muh Ansori
4. Devisi Simpan Pinjam : H. Muh Sholicahan
5. Devisi Pengembangan Dan Pelatihan : H. Abdul Rouf
6. Kelompok Anggota KSU 11 Kelompok :
 - a. Kelompok I : Chalimi
 - b. Kelompok II : Zainal Abidin
 - c. Kelompok III : Yusuf Efendi
 - d. Kelompok IV : Nuril Anwar
 - e. Kelompok V : Abdul Ka'ab
 - f. Kelompok VI : Chifdzul Ilmi

- g. Kelompok VII : Machali
- h. Kelompok VIII : Ulil Abror
- i. Kelompok IX : Ahmad Sulkhan
- j. Kelompok X : H. Abdul Rouf
- k. Kelompok XI : H. Muh Ansori

Badan Pengawas :

- 1. Ketua : H. Abdul Rouf
- 2. Anggota : H. Muh Ansori
- 3. Anggota : KH. Ahmad Asnawi

Keanggotaan :

Peningkatan Jumlah Anggota Sampai Dengan Akhir Desember 2015 :

Anggota Awal 2015	: 114 Orang
Anggota Baru	: 21 Orang
Anggota Keluar	: 0 Orang
Jumlah Anggota 2015	: 135 Orang
<u>Calon Anggota</u>	<u>: 2 Orang</u>
Jumlah Total	: 137 Orang. ⁶

4. Permodalan Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus

Modal Koperasi usaha Padurenan jaya kudus berasal dari:

- a. Interns : simpanan anggota, yang terdiri dari :
 - 1) Simpanan pokok : 65.746.600,00
 - 2) Simpanan wajib : 90.990.000,00
 - 3) Simpanan sukarela : 262.201.828,00
 - 4) Dana cadangan : 432.604.326,00
- b. Eksterns yang terdiri dari :
 - 1) Pinjaman dari lembaga perbankan : 207.500.000,00
 - 2) Pinjaman dari lainnya : 336.824.090,00
 - 3) Modal bantuan : 507.769.000,00

⁶ Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus Tahun 2015, hlm. 2-4.

- a) Usaha Dinkop Jateng : 241.450.000,00
- b) Inventaris UMK : 35.839.000,00
- c) Donasi KBI Semarang : 30.480.000,00
- d) Kementrian Koperasi : 200.000.000,00.⁷

5. Bentuk-bentuk usaha Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus atau ruang lingkup produk/jasa.

Ruang lingkup produk atau jasa dari Koperasi serba usaha Padurenan jaya terdiri dari 6 unit:

a. Unit usaha perdagangan/toko

Dalam unit usaha perdagangan/toko terdapat bahan pokok dan bahan penolong seperti halnya dynamo, lem tembak, berbagai macam jenis djarumdan lain-lain.

b. Unit simpan pinjam

Sistem simpan pinjam dalam Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya ini ada berbagai macam diantaranya adalah simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela, dan simpanan khusus, dimana simpanan tersebut digunakan sebagai modal dari Koperasi serba usaha Padurenan sendiri yang kemudian dapat dikreditkan pada anggota Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya. Dengan catatan kegiatan simpan pinjam tersebut harus anggota Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya.

c. Unit bordir komputer

Unit bordir komputer di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya melayani berbagai macam bentuk dan jenis design yang diinginkan konsumen seperti halnya bordir koko, badge, bordir mukena, kaos jaket dan lain sebagainya.

d. Unit pemasaran

Unit pemasaran sebenarnya merupakan bagian yang sangat penting untuk dapat memperkenalkan produk-produk UMKM bordir dan konfeksi di desa Padurenan. Untuk itu Koperasi Serba Usaha Padurenan

⁷*Ibid.*, hlm. 7.

Jaya melakukan pemasaran dengan membuka tempat display produk konveksi dan bordir dengan harga yang terjangkau dan juga dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli

e. Unit *washing denim*

Washing tempat pencucian dan pewarnaan kain yang akan digunakan untuk bahan baku pembuatan baju yang diperkirakan dalam tahun ini akan dijalankan. Unit *washing denim* rencana akan dibuka tahun ini, dalam hal tersebut mencakup jasa pencucian kain denim, soft denim dan lain-lain.

Prosedur dan mekanisme operasional pada Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya badalah sebagai berikut:

a. Unit toko

Dalam unit toko tersebut tersedia bahan pokok dan bahan penolong yang mana sistem pembayaran dapat dilakukan secara tunai maupun kredit akan tetapi dengan sistem pembayaran kredit transaksi yang dilakukan harus berjumlah besar.

b. Unit simpan pinjam

Prosedur yang dilakukan untuk menjadi anggota ksu Padurenan jaya yaitu dengan memberikan Fotocopi KTP dan KK serta mengisi data diri lengkap yang kemudian membayar simpanan wajib sebesar 10.000 per bulan.

c. Unit bordir

Unit bordir dalam hal ini melakukan transaksi dengan pemesan dengan cara sesuai kesepakatan antara penjual dan pemesan baik dari segi harga, desain yang diinginkan serta waktu pengambilan. Setelah tahap tawar menawar tersebut disepakati oleh kedua belah pihak selanjutnya adalah proses pembordiran. Tahap selanjutnya adalah *finishing* yang biasanya melakukan pembatilan atau membersihkan benang-benang yang tidak berguna.⁸

⁸ *Op., Cit.*, Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) 30 Desember 2016.

6. Laporan hasil penjualan *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus

Daftar laporan hasil penjualan *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus tertera bulan Januari-Desember 2016.

Tabel 4.1

Laporan Buku Order Penjualan Online Bulan Januari-Desember 2016

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Januari 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	03/01/2016	Hem Ansor	22	55.000	1.210.000
2	05/01/2016	Jasko Afkar	19	90.000	1.710.000
3	06/01/2016	Hem Rohis Nurul Ardhi	18	55.000	990.000
4	11/01/2016	Jas Ma'had Mafa	52	90.000	4.680.000
5	21/01/2016	Jaket Sunan Muria	42	80.000	3.360.000
Total			153	370.000	11.950.000

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Februari 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	09/02/2016	Hem Syifaul Qulub	37	55.000	2.035.000
2	11/02/2016	Hem PT. Sumber Mas Perkasa	36	55.000	1.980.000
3	13/02/2016	Kaos Kaca Seni Han's	31	30.000	930.000
4	13/02/2016	Hem SMK Nurul Hikmah	14	60.000	840.000
5	17/02/2016	Bed Ansor	60	800	48.000
6	18/02/2016	Jaket Cahaya Only	35	80.000	2.800.000
7	18/02/2016	Hem WWW.Pertamina.Com	23	55.000	1.265.000
8	23/02/2016	Bed On The Move	120	1.400	168.000
9	24/02/2016	Hem Ky Ageng Giri	110	60.000	6.600.000
Total			466	397.200	16.666.000

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Maret 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	14/03/2016	Nama IPNU	25	3.000	75.000
2	21/03/2016	Hem Himameta Untag	26	60.000	1.560.000
3	21/03/2016	Hem Forwil	10	60.000	600.000
4	23/03/2016	Hem PMI Pati	12	55.000	660.000
5	23/03/2016	Bed PMI Pati	12	1.000	12.000
6	23/03/2016	Bed Ponpes Tarbiyatul Aitam	80	2.000	160.000
Total			165	181.000	3.067.000

Buku Order Penjualan Online					
Bulan April 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	02/04/2016	Dasi SMP Mardasiswa 1 Smg	110	4.800	528.000
2	02/04/2016	Bed NU Tengguli	35	2.000	70.000
3	03/04/2016	Hem Osis Man Lasem	29	60.000	1.740.000
4	04/04/2016	Hem Himatemia Undip	83	60.000	4.980.000
5	04/04/2016	Bed Smki Al Fadhila Demak	24	1.500	36.000
6	11/04/2016	Topi SMK Tamansiswa Boja	150	7.250	1.087.500
7	15/04/2016	Papan Nama2 Perguruan Tinggi	304	2.500	760.000
8	17/04/2016	Hem Aska SPBU	100	55.000	5.500.000
Total			835	193.050	14.701.500

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Mei 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	14/05/2016	Hem Jeryco	48	60.000	2.880.000
Total			48	60.000	2.880.000

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Juni 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	05/06/2016	Koko Ar Rohmah	17	65.000	1.105.000
2	14/06/2016	Hem Cahaya Music	6	60.000	360.000

3	15/06/2016	Hem Avicenna	12	60.000	720.000
4	15/06/2016	Hem Vie Voucher	12	60.000	720.000
5	21/06/2016	Hem Team BKK	4	60.000	240.000
Total			51	305.000	3.145.000

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Juli 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	15/07/2016	Topi Petugas Pertamanan	210	7.250	1.522.500
2	19/07/2016	Mulia Wisata Blkg	30	35.000	1.050.000
3	22/07/2016	Karang Taruna Manunggal	7	60.000	420.000
4	25/07/2016	Hem AQUA	102	55.000	5.610.000
Total			349	157.250	8.602.500

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Agustus 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	01/08/2016	Koko PPATQ Putra	52	70.000	3.640.000
2	02/08/2016	Bed TPQ Al-Ikhlas Karangrayung	36	1.800	64.800
3	03/08/2016	Bed Banser	100	1.000	100.000
4	05/08/2016	Hem Bejeu	169	65.000	10.985.000
5	09/08/2016	Jaket LP Nissan Fortuna	10	60.000	600.000
6	10/08/2016	Bed PPHA	100	1.800	180.000
7	14/08/2016	Kemeja Al-Muna Indonesia	24	60.000	1.440.000
8	15/08/2016	Bed BPJS	80	1.800	144.000
9	15/08/2016	Bed Paskibraka	80	1.800	144.000
10	16/08/2016	Kemeja Arcam	16	60.000	960.000
11	21/08/2016	Topi Yasula	260	7.250	1.885.000
Total			927	330.450	20.142.800

Buku Order Penjualan Online					
Bulan September 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	04/09/2016	Bed Jateng Polisi	200	1.200	240.000
2	12/09/2016	Bed Hikamada	45	1.800	81.000
3	17/09/2016	Bed Polres Grobogan Garis	108	800	86.400
Total			353	3.800	407.400

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Oktober 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	24/10/2016	Bed SMAN 08 Mukomuko	40	2.000	80.000
2	26/10/2016	Bed PLN	105	1.600	168.000
3	26/10/2016	Hem Lazismu	9	60.000	540.000
4	28/10/2016	Hem GP Ansor	94	55.000	5.170.000
5	28/10/2016	Dasi SD Hj Isriati Baiturrahman 2	104	4.800	499.200
Total			352	123.400	6.457.200

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Nofember 2016					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	01/11/2016	Bed BJ	100	400	40.000
2	03/11/2016	Koko PTYQA	124	65.000	8.060.000
3	04/11/2016	Hem PSTI	16	60.000	960.000
4	07/11/2016	Hem GP Ansor	101	55.000	5.555.000
5	07/11/2016	Jasket Rijalul Ansor	12	70.000	840.000
6	09/11/2016	Bed Bojo	100	500	50.000
7	15/11/2016	Bed Aswaja Semarang	118	1.500	177.000
8	20/11/2016	Logo SDIT Permata Hati	144	2.200	316.800
9	23/11/2016	Kerudung Sdn Balonggebang	100	21.000	2.100.000
10	25/11/2016	Jaket Remuk Community Blkg	35	80.000	2.800.000
11	25/11/2016	Koko Darul Ulum	12	75.000	900.000
Total			862	430.600	21.798.800

Buku Order Penjualan Online					
Bulan Desember 2016⁹					
No Order	Tanggal	Deskripsi Order	Qty	Harga/Pcs	Total Harga
1	06/12/2016	Hem Donald Tour	10	60.000	600.000
2	07/12/2016	Hem SMK Bumantoro	100	55.000	5.500.000
3	09/12/2016	Microsoft SMK Annuroniyyah	46	55.000	2.530.000
Total			156	170.000	8.630.000

⁹ Laporan Penjualan Online Mulai Januari-Desember 2016.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Implementasi sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus.

Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus dalam implementasinya menjalankan aktifitas sistem penjualan produk berbasis *online*, dimana Penjualan *online* sendiri merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Hasil dari wawancara kepada seluruh responden Izzan An Imi selaku manajer, Shihabuddin selaku Staf Umum, Tatik Kartika selaku Staf Umum, Luthfiami'ati sebagai Karyawan operasional bordir Koperasi bahwa: Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus sudah menggunakan sistem penjualan produk berbasis *online* caranya sederhana dengan membuat *web*. berlamankan *www.ksupadurenanjaya.com*, selain itu media sosial lain juga digunakan seperti FB, BB, WA, juga IG lalu mengunggah produk yang ditawarkan dan mempromosikannya.¹⁰ Diantara aplikasi yang disajikan di media *online* seperti yang dijelaskan di atas KSU Padurenan Jaya Kudus lebih banyak dan dominan memakai facebook dalam mengiklankan atau mengenalkan produk yang ditawarkan ke media sosial, promosi juga sering ditampilkan diberandanya, kenapa demikian facebook adalah media online yang paling banyak pengunjungnya mudah menjalankannya dan banyak manfaatnya. Pengunjungnya mulai dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tua semuanya mempunyai facebook. Alasan lain mudah menjalankannya karena dalam setiap kita membuat status di *facebook*.¹¹

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat operasional penjualan *online* dalam menjalankan operasional sudah sesuai standart prosedur

¹⁰ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

¹¹ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

dengan kelengkapan pendukung seperti alat yang digunakan ada seperangkat komputer terdiri dari (monitor, keyboard, mouse dan CPU), kemudian adanya server internet itu sendiri yang mana bisa menyambungkan komputer ke dalam jaringan internet, lalu ada smartphone sebagai alat penunjang untuk mempromosikan produk selain komputer. Koperasi sendiri mempunyai sarana pendukung untuk menjalankan bisnis *online* lewat media webber adapun link yang digunakan yaitu (*www.ksupadurenanjaya.com*), *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *BBM* dan *Whatsap*.¹²

Peran sistem informasi terhadap kemajuan organisasi sudah tidak diragukan lagi. Dengan dukungan sistem informasi dan teknologi yang baik maka sebuah perusahaan akan memiliki berbagai keunggulan yang kompetitif sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Penggunaan komputer dalam sistem informasi tidak lepas dari penyediaan sarana berupa *software* dan *hardware* yang memiliki kecepatan yang memadai sebanding dengan tingkat pekerjaan, serta penyediaan *brainware* sehingga *user* yang menjalankan sistem tersebut mengalami peningkatan agar menjadi tidak sia-sia karena ketidakmampuan pengguna. Kelebihan yang ada di bidang teknologi informasi sudah digunakan diseluruh aspek kehidupan mulai dari ekonomi, politik, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan. .¹³

Hasil dari wawancara kepada seluruh responden Izzan An Imi selaku manajer, juga yang disampaikan oleh Shihabuddin dan Tatik Kartika, Khoirul Anwar dan Henny Afrida selaku Staf Umum bahwa dalam mengoprasionalakan jejaring sosial Ada 3 alat/perangkat teknologi yang digunakan Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus menggunakan berupa komputer dan *smarthphone* juga jaringan internet/server. Perangkat yang digunakan pun tidak banyak makan tempat sehingga di dalam ruangan

¹² Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

¹³ Ibis, *Evaluasi Paket Sistem Aplikasi-Sistem Evaluasi Dan Auditing Sistem Aplikasi Bagi Perusahaan*, Andi Offset, Yogyakarta, 2010, hlm. 1.

Koperasi sudah bisa menjalankan pekerjaannya dan keuntungannya kembali lagi untuk modal pada unit toko.¹⁴

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat jaringan internet yang dipakai: tidak diragukan lagi bahwa jaringan internet yang digunakan sangat cepat yaitu (*indihome*). *Indihome* adalah salah satu produk layanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*), internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (use TV Cable, IP TV). Karena penawaran inilah Telkom memberi label *indihome* sebagai tiga layanan dalam satu paket (*3-in-1*) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon. Paket internet *indihome* ini lebih murah dibandingkan dengan paket internet *speedy* yang lain berhubung paket *speedy indihome* merupakan sudah menggunakan jaringan fiber optik yang memiliki kecepatan hingga 100Mbps.¹⁵

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan atau memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa barang, jasa, maupun ide-ide. Istilah lain yang sering digunakan untuk produk adalah penawaran atau solusi. Manufaktur seringkali melakukan kesalahan dengan lebih memperhatikan produk secara fisik dari pada jasa-jasa yang dihasilkan oleh produk-produk tersebut.¹⁶ Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik.¹⁷

Hasil dari wawancara kepada seluruh responden bahwa adapun produk yang dijual Koperasi melalui sistem *online* adalah baju muslim anak-anak, baju muslim pria dewasa, jilbab, kaos, kebaya, mukena, pakaian jadi, seragam sekolah, *wearpack* atau seragam kerja, bet bordir, benang bordir dan jahit juga produk lain yang dijual di toko Koperasi selain itu ada

¹⁴ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

¹⁵ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

¹⁶ Pandji Anoroga, *Manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 2009, hlm.216.

¹⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2000, hlm.155.

beberapa usaha Koperasi juga yang ditawarkan melalui media *online* yaitu jasa bordir computer.¹⁸

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat kualitas produk yang dijual di Koperasi, selalu menjadi prioritas utama, ini dibuktikan sampai sekarang dalam melakukan jual beli *online* tidak pernah ada orang komplain tentang produk yang dijual ke konsumen. Karena konsumen adalah raja maka kualitas selalu dijaga. Dari segi produk koperasi tidak main-main dalam menawarkan produk yang dijual di media *online* ada baju muslim anak-anak, baju muslim pria dewasa, jilbab, kaos, kebaya, mukena, pakaian jadi, seragam sekolah, *wearpack* atau seragam kerja, bet bordir, benang bordir dan jahit, juga masih banyak produk lain yang dijual di toko.¹⁹

Kendala atau hambatan sangat mempengaruhi kegiatan bisnis, dan semestinya bahwa setiap pekerjaan tentu ada kendalanya. Hasil dari wawancara kepada seluruh responden Tatik Kartika dan Shihabuddin selaku Staf Umum, Izzan An Imi selaku manajer, Izzan An Imi selaku manajer bahwa kendala yang dialami oleh Koperasi adalah pesaing bisnis, kemudian koneksi atau jaringan internet SDM-nya minim pengetahuan tentang bisnis *online*, tenaga listrik yang sering mati dan perangkat teknologi yang digunakan sudah terlalu berumur tua.²⁰

Hasil observasi di lapangan peneliti mengamati bahwa masih ada kendala dalam operasionalnya yaitu terbatasnya pengetahuan tentang bisnis online. Namun tidak mengetahui apa saja yang harus dilakukan untuk menunjang kesuksesan dari bisnis ini sehingga bisnis online yg dijalankan, hasilnya juga belum sepenuhnya optimal. Selanjutnya persaingan bisnis online yg sangat tinggi karena kemajuan teknologi, banyak orang yang ikut-ikutan menjalankan bisnis *affiliate* atau membuka toko *online* untuk memasarkan produknya melalui internet. Jadi bisa dipastikan persaingannya

¹⁸ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

¹⁹ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

²⁰ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 8 April 2017.

sangat ketat. Kemudian kendala koneksi internet karena listrik tiba-tiba mati dengan adanya cuaca buruk seperti hujan lebat dan angin kencang disertai petir disaat musim penghujan. peneliti melihat penyelesaian permasalahan dengan sebisa mungkin melakukan evaluasi dan perbaikan serta mencari penyebab dari permasalahan yang ada, dengan cara itulah yang masih dilakukan Koperasi Padurenan Jaya Kudus.²¹

Maka dari itu kebijakan untuk mengembangkan sistem informasi dilakukan karena manajemen menginginkan untuk meraih kesempatan-kesempatan yang ada yang tidak dapat diraih oleh sistem yang lama atau masih menggunakan sistem manual (tidak terkomputerisasi) dalam bentuk pencatatan barang keluar. Dalam penjualan Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus sistem informasi sudah menjadi bagian yang sangat signifikan dalam perkembangan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi informasi dipengaruhi oleh tingginya kebutuhan akan teknologi dan sistem informasi yang akurat, efektif, dan efisien.

Dalam analisis, peneliti melihat bahwa implementasi penjualan produk di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus menggunakan strategi penjualan melalui *web*. Web yang dibuat koperasi sendiri adalah *www.ksupadurenanjaya.com* di sini Koperasi bisa menjual produk dan jasanya secara langsung ke pelanggan retail, tidak melalui perantara seperti distributor atau outlet retail. Pengurangan distributor pada saluran distribusi bisa secara signifikan menekan biaya transaksi dengan menjual secara langsung kepada konsumen atau mengurangi sejumlah perantara distribusi, perusahaan bisa mencapai keuntungan besar sementara menurunkan harga. Pengurangan lapisan-lapisan proses organisasi atau proses bisnis untuk langkah-langkah perantara dalam suatu rantai nilai disebut *disintermediasi*.

Menciptakan situs web yang efektif adalah suatu hal yang dilakukan oleh KSU Padurenan Jaya dengan tujuan membuat orang mau mengunjungi situs tersebut dengan mudah dan untuk menarik pengunjung perusahaan secara agresif mempromosikan situs web mereka di iklan cetak offline dan

²¹ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

iklan siaran serta melalui iklan dan hubungan pada situs lain. Kuncinya adalah menciptakan nilai dan daya tarik yang cukup agar konsumen yang mengunjungi situs tetap tinggal dan kembali lagi. Ini berarti bahwa perusahaan harus terus memperbaharui situs mereka untuk membuat situs itu selalu segar, dan berguna.

Tantangan utamanya dalam merancang situs web yang efektif yaitu pada pandangan pertama harus cukup menarik karena untuk mendorong kunjungan ulang. Banyak pemasar menciptakan situs web yang berwarna-warni, memiliki kecanggihan grafis yang menggabungkan teks, suara, dan animasi untuk menangkap dan mempertahankan perhatian misalnya perusahaan ternama seperti: *www.looneytunes.com*, *www.nike.com* terbukti mendorong kunjungan ulang.

KSU Padurenan Jaya dalam prakteknya membuat situs web yang dibantu oleh salah satu alumni universitas ternama di Kudus atas permintaan manajer Koperasi memperhatikan dengan cermat tujuh C rancangan situs web yang efektif yaitu:

1. *Context* (konteks): tata letak dan rancangan situs
2. *Content* (isi): teks, gambar, suara dan video yang menjadi isi situs web
3. *Community* (komunitas): cara situs memungkinkan komunikasi antar pengguna
4. *Customization* (penyesuaian): kemampuan situs untuk menyesuaikan dirinya sendiri kepada pengguna berbeda atau memungkinkan pengguna mempersonalisasikan situs
5. *Communication* (komunikasi): cara situs memungkinkan komunikasi situs dengan pengguna, pengguna dengan situs, atau komunikasi dua arah
6. *Connection* (hubungan): tingkat hubungan situs dengan situs lain
7. *Commerce* (perdagangan): kapabilitas situs untuk memungkinkan transaksi perdagangan.

Dengan demikian saran seorang ahli pemasar *online* bahwa situs web yang efektif mengandung informasi mendalam dan bermanfaat, sarana

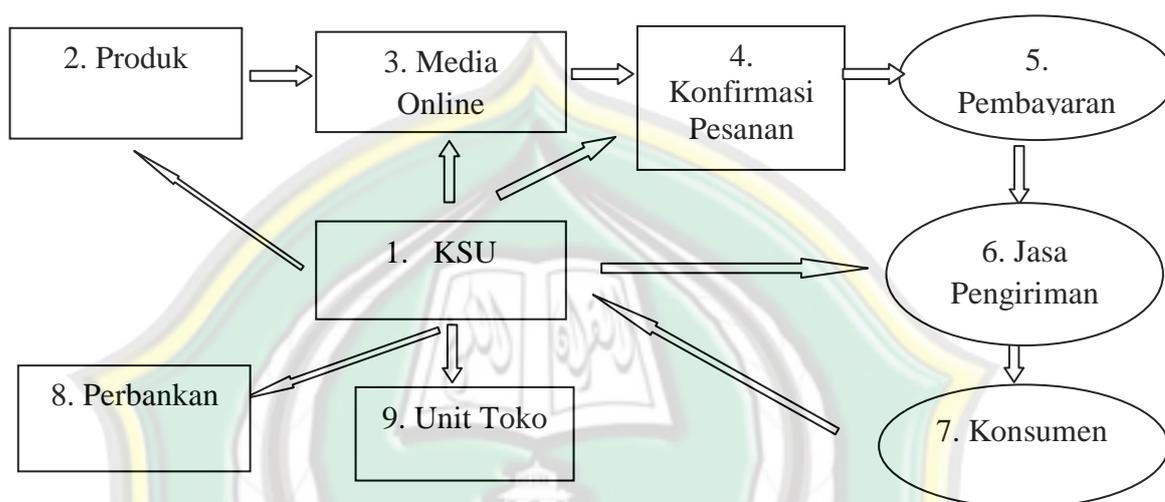
interaktif yang membantu pembeli menemukan dan mengevaluasi produk yang menjadi minatnya, terhubung dengan situs lainnya yang terkait, mengubah tawaran promosi, dan fitur menghibur yang memberikan kesenangan yang relevan juga harus memperhatikan dengan cermat tujuh C rancangan situs web yang efektif.

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus melalui web, dimana web Koperasi sendiri adalah *www.ksupadurenanjaya.com* di sini Koperasi bisa menjual produk dan jasanya secara langsung ke pelanggan akhir langsung tanpa melalui perantara seperti distributor atau outlet retail. Pengurangan distributor pada saluran distribusi bisa secara signifikan menekan biaya transaksi dengan menjual secara langsung kepada konsumen atau mengurangi sejumlah perantara distribusi sehingga perusahaan bisa mencapai keuntungan besar pada saat menurunkan harga. Menciptakan situs web yang efektif adalah suatu hal yang dilakukan oleh KSU Padurenan Jaya dengan tujuan membuat orang mau mengunjungi situs tersebut dengan mudah dan untuk menarik pengunjung perusahaan secara agresif mempromosikan situs web mereka di iklan cetak offline dan iklan siaran serta melalui iklan dan hubungan pada situs lain. Kuncinya adalah menciptakan nilai dan daya tarik yang cukup agar konsumen yang mengunjungi situs tetap tinggal dan kembali lagi. Ini berarti bahwa perusahaan harus terus memperbaharui situs mereka untuk membuat situs itu selalu segar, dan berguna. Dalam prakteknya KSU Padurenan Jaya membuat situs web yang dibantu oleh salah satu alumni universitas ternama di Kudus atas permintaan manajer Koperasi memperhatikan dengan cermat tujuh C rancangan situs web yang efektif yaitu: *Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection, Commerce*. Dengan demikian saran seorang ahli pemasar *online* bahwa situs web yang efektif mengandung informasi mendalam dan bermanfaat, sarana interaktif yang membantu pembeli menemukan dan mengevaluasi produk yang menjadi minatnya, terhubung dengan situs

lainnya yang terkait, mengubah tawaran promosi, dan fitur menghibur yang memberikan kesenangan yang relevan juga harus memperhatikan dengan cermat tujuh C rancangan situs web yang efektif sudah dilakukan oleh KSU Padurenan Jaya Kudus.

Gambar 4.2

Model Sistem Penjualan *Online* KSU Padurenan Jaya Kudus



Dijelaskan bahwa KSU Padurenan Jaya mempunyai produk, kemudian ditawarkan di media online, jika ada pesanan dari pelanggan terus melakukan konfirmasi pesanan melalui via telfon, kemudian konsumen melakukan pembayaran atau transfer uang dahulu ke pihan KSU, lalu koperasi mengirimkan barang ke pelanggan, lalu pelanggan mengkonfirmasi bahwa pesanan sudah diterima, dan koperasi tarik tunai uang di Bank dan diserahkan ke unit toko begitu seterusnya.

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa alur model sistem penjualan *online* KSU Padurenan Jaya Kudus sebagaimana diterangkan dengan angka-angka dengan urutan sebagai berikut:

1. KSU

KSU sebagai produsen dan penjual yang mana sebuah Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus yang mempunyai banyak usaha diantaranya unit bordir komputer, unit toko, unit simpan pinjam, dan unit washing/pencuci kain.

2. Produk

Produk yang dijual Koperasi dalam sistem penjualan *online* adalah hasil dari produksi KSU itu sendiri, ada baju muslim, hem *wearpack*, bed bordir, jasa bordir komputer, benang jahit dan peralatan jahit. Semua barang yang dijual sebelum di tawarkan sudah disortir berdasarkan pedoman kualitas perusahaan yang berlaku sehingga aman dan tidak ada kerusakan. Jika mungkin terjadi kerusakan setelah pengiriman itu semata-mata bukan salah dari Koperasi melainkan dari banyak hal di luar Koperasi yang menyebabkan barang itu menjadi rusak.

3. Media online

Media *online* yang sering digunakan Koperasi untuk menawarkan produk yang dijual adalah *facebook*. Kenapa Koperasi lebih memilih media *facebook* dibandingkan media lainnya. Karena banyak manfaatnya, salah satunya adalah banyak pengunjungnya dan mudah menjalankannya maka dari itu Koperasi lebih suka menggunakan media ini sebagai tempat berjualan dalam menawarkan produknya.

4. Konfirmasi pesanan

Dalam konfirmasi pesanan atau komunikasi dengan calon konsumen yang kemudian akan menjadi pelanggan biasanya dilakukan lewat *chatting* via BBM, MESSENGER, juga WA dan telfon langsung, biar lebih jelasnya dalam hal ini Koperasi melakukan konfirmasi ke konsumen via telfon.

5. Pembayaran

Pembayaran dilakukan bilamana kedua belah pihak telah bersepakat dan sudah saling setuju. Dalam hal ini Koperasi akan mengirim barang jika sudah dilakukan pembayaran via transfer bank ke rekenening Koperasi serta mengirimkan bukti transfer via chat tadi bisa BBM, MESSENGER, juga WA, saumpama jika terjadi belum ada bukti transfer uang dengan sejumlah barang yang dijual maka Koperasi tidak berani mengirimkan barangnya ke konsumen dan itupun sudah menjadi peraturan dalam dunia jual beli via *online*.

6. Jasa pengiriman

Banyaknya jasa pengiriman yang saat ini berlomba-lomba dalam segi pelayanan sangat membantu sekali. Sehingga tidak perlu repot apalagi pusing-pusing mengirim paket ke pelanggan. Adapun jasa pengiriman paket yang sering dipakai oleh Koperasi adalah JNE, J&T, TIKI, Kantor POS dan lain sebagainya.

7. Konsumen

Konsumen atau pembeli adalah orang yang melakukan transaksi jual beli dengan Koperasi. Selama ini yang menjadi konsumen sekaligus pelanggan dari koperasi adalah orang-orang yang baik. Sehingga tidak ada istilah merugikan dan dirugikan. Saumpama jika ada konsumen berbuat jahat maka Koperasi tidak akan melayani pelanggan yang seperti itu dan akan meninggalkannya.

8. Perbankan

Perbankan dalam hal ini digunakan Koperasi sebagai tempat pembayaran konsumen dan tarik tunai hasil penjualan. Adapun uang yang sudah masuk ke rekenening Koperasi akan segera diambil dan dipergunakan lagi oleh unit toko untuk modal pembuatan barang yang akan dijual lagi.

9. Unit toko

Unit toko pada bagan gambar di atas adalah penerima akhir hasil penjualan barang. Adapaun hasil yang sudah didapat akan dimasukkan ke kas unit toko ini yang mana akan dipergunakan kembali sebagai modal pembuatan barang yang akan dijual lagi dan begitu seterusnya maksud dari bagan gambar di atas.²²

²² Hasil Wawancara Dengan Izzan An Imi Selaku Manajer KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

2. Cara meningkatkan penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus.

a. Promosi

Pentingnya promosi penjualan semakin dirasakan dan metode yang digunakan pun semakin canggih. Sehingga kadang-kadang dirasakan bahwa promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang kedua, tetapi perusahaan pun menyadari pentingnya program promosi penjualan yang terencana baik dan terkoordinasi.²³

Sejalan dengan pengertian promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (*attention*), menciptakan dan menumbuhkan keinginan (*desire*), serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sejumlah strategi promosi mencoba membangun permintaan primer. Sedangkan sebagian besar strategi promosi berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu.

Tujuan promosi mengakibatkan keinginan para konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan. Oleh sebab itu, harus di usahakan bagaimana mempengaruhi berfikir konsumen akhir disini meyakinkan pembeli. Sedangkan kata promosi harus baik dan menarik, sehingga memberi kesan bahwa pembeli tidak menghendaki produk yang lain selain dari barang yang ditawarkan kepadanya. Maka dari itu cara untuk meningkatkan sistem penjualan *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus, Hasil dari wawancara kepada seluruh responden Izzan An Imi selaku manajer, Shihabuddin, khoirul anwar dan Tatik Kartika selaku Staf Umum bahwa dengan cara promosi, promosi yang dilakukan sementara ini adalah dengan mengganti foto-foto yang ditampilkan dimedia sosial dengan foto baru walaupun dengan varian produk yang sama untuk meningkatkan

²³ Pitman Publising, *Teknik Dan Manajemen Penjualan*, Binarupa Aksara, Jakarta, 1990, hlm. 153-155.

penjualan produk berbasis *online* di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus dengan cara memperbanyak jaringan di media sosial, Memperbanyak produk-produk yang ditawarkan dan membuat inovasi-inovasi yang baru.²⁴

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat kebijakan pengelola dalam hal ini keberhasilan dan kesuksesan usaha yang dijalani tidak terlepas dari kebijakan pengelola atau seorang manajer dimana seorang manajer berperan sangat penting untuk membawa arah perusahaan dan seluruh karyawan menuju tujuan yang ingin dicapai. Sama halnya dengan kebijakan yang dibuat Koperasi yaitu dengan membuat inovasi-inovasi ide atau gagasan baru untuk menawarkan penjualan produk lewat media *online* salah satunya dengan promosi.²⁵

Banyak kemudahan yang ditawarkan dalam berbisnis lewat *online* seperti halnya keuntungan pemasaran produk sangat luas bahkan seluruh dunia bisa melihat produk yang kita jual. Hasil dari wawancara kepada seluruh responden Izzan An Imi selaku manajer, Shihabuddin, Henny Afrida dan Khoirul Anwar selaku Staf Umum Koperasi bahwa keuntungan yang di dapat yaitu kemudahan melakukan promosi dan penawaran, bebas pajak dan tidak membutuhkan tempat, sedangkan Sedangkan kesulitannya adalah minimya SDM untuk menjalankan sistim penjualan online.²⁶

b. Strategi

Strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik. Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan

²⁴ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

²⁵ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

²⁶ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Hasil dari wawancara kepada Izzan An Imi selaku manajer di KSU Padurenan Jaya Kudus menunjukkan bahwa Strategi biasanya memakai harga murah, meminimalisir karyawan, meluasnya penjualan, tidak memakan banyak waktu, tidak butuh tempat yang luas dalam melakukan penjualan.²⁷

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat strategi yang digunakan: Berkaitan dengan strategi perusahaan khususnya manajer atau pengelola mempunyai strategi yang bagus, dimana strategi adalah cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Pada saat ini Koperasi dalam membuat strategi memakai analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) sebagaimana dimaksudkan bahwa:

1) Kekuatan/ *Strength*

a) Berbagai macam produk yang ditawarkan

Memang benar adapun produk yang ditawarkan dalam penjualan *online* mulai dari benang hingga pakaian antara pakaian anak muda, dewasa dan baju muslim seperti: baju muslim, kebaya, wearpack, mukena, hijab, seragam sekolah dan seragam karyawan. Selanjutnya mulai dari peralatan jahit hingga bahan baku seperti: jarum, benang, kain, bentangan dll. Kemudian tak lupa jasa yang juga ditawarkan lewat media *online*. Seperti: jasa bordir, pencucian kain, pengiriman barang, juga simpan pinjam yang ada di KSU Padurenan Jaya Kudus.²⁸

b) Produk yang ditawarkan berkualitas

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat kualitas produk yang dijual oleh koperasi peneliti melihat bahwa dalam menjaga kualitas

²⁷ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

²⁸ Hasil Wawancara Dengan Izzan An Imi Selaku Manajer KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

produk selalu menjadi prioritas utama, ini dibuktikan sampai sekarang dalam melakukan jual beli *online* tidak pernah ada orang komplain tentang produk yang dijual ke konsumen.²⁹

c) Harga kompetitif

Selain barang yang dijual berkualitas dan beraneka ragam jenis produk yang ditawarkan Koperasi, harga yang diberikan sangat kompetitif. Untuk barang yang dijual di media *online*. Koperasi membandrol sesuai dengan harga yang dijual di toko seperti biasanya. Jika dihitung-hitung selisih lebih murah dari pada harga di toko retail ataupun dari sales karena tidak terkena selisih harga untuk mendapatkan keuntungan, tak terkecuali untuk ongkos kirim biasanya diluar harga yang ditawarkan dan itupun ditanggung oleh pembeli.³⁰

Dapat disajikan contoh tabel perbandingan harga penjualan antara Koperasi dan sales sebagai berikut:

Tabel 4.2

Perbandingan Harga Penjualan Antara Koperasi Dan Sales

No	Deskripsi Order	QTY	Harga Koperasi	Harga Sales
1.	Nama nama bordir	1	3.000	5.000
2.	Baju Hem wearpack	1	60.000	75.000
3.	Baju koko	1	75.000	90.000
4.	Kerudung	1	21.000	25.000
5.	Bed pmi pati	1	1.000	2.000
6.	Jasket	1	70.000	80.000
7.	Topi	1	7.250	10.000
8.	Papan nama	1	2.500	5.000
9.	Kaos kaca seni han's	1	30.000	40.000 ³¹

²⁹ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

³⁰ Hasil Wawancara Dengan Izzan An Imi Selaku Manajer KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

³¹ Laporan Buku Order Penjualan Online Bulan Januari-Desember 2016,

d) Ketersediaan barang dijamin

Koperasi dalam menyediakan produk yang ditawarkan di media online selalu memperhatikan stok barang maksimal dan minimal. Sehingga ketersediaan akan barang yang dijual selalu ada dan tercukupi. Apalagi pas hari-hari ramai seperti menjelang hari raya dan tahun ajaran baru benar-benar menjadi perhatian serius bahwa tidak ada produk putus dan harus selalu ada.³²

e) Kepuasan pelanggan terjamin

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan salah satu unsur terpenting dalam komunikasi pemasaran. Pelayanan kepada pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat sekarang ini, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada pemenuhan kepuasan pelanggan sebagai tugas utama, dengan melihat tuntutan dalam memberikan pelayanan ke konsumen *online* khususnya koperasi sering melakukan komunikasi intensif kepada setiap pelanggannya misalnya ada pertanyaan dari pengunjung *web* selalu ditanggapi dengan sikap yang ramah dan bersahabat. Jika ada yang mau Tanya-yanya selalu dibalas komentarnya, kemudian jika ada yang mau ngajak ketemuan maka dipersilahkan untuk datang langsung di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus.³³

2) Kelemahan/*Weakness*

1) Banyak masyarakat yang belum tahu tentang bisnis *online* ini

Sedikitnya masyarakat yang mengetahui tentang bisnis online terutama kaum orang tua pelaku bisnis tradisional sangat rentan dan hampir tidak bisa menggunakan penjualan berbasis online.

³² Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

³³ Hasil Wawancara Dengan Shihabudin Selaku staf Umum KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

Faktor pendidikan serta kurangnya minat untuk belajar dan kekhawatiran terhadap penipuan menjadikan trauma terhadap kaum tersebut dimasyarakat.³⁴

2) Rentan terhadap kecurangan *e-commerce* seperti *hacker*

Hacker juga ikut menjadi penyebab adanya kelemahan yang mengakibatkan kecurangan dalam bisnis *e-commerce*. Para pelaku *hacker* menerobos masuk ke dalam komputer dan jaringannya baik untuk mengambil keuntungan saja tanpa mau, biasanya *hacker* melakukan numpang iklan tanpa seijin pemilik domain resmi dan gak mau membeli domain sendiri.³⁵

3) Banyak masyarakat yang belum mempunyai akun *paypal*

Akun *paypal* atau pembayaran secara *online* disini juga menjadi kelemahan masyarakat untuk melakukan transaksi. Minimnya pengetahuan tentang cara menggunakan akun *paypal* yang sebenarnya sangat memudahkan pelaku bisnis *online* berbanding terbalik terhadap masyarakat yang masih suka bisnis tradisional.³⁶

4) Banyak pesaing di luar sana yang lebih bagus lagi

Banyaknya bisnis yang mudah ditiru membuat pesaing berjamuran dengan membuat bisnis sejenis. Para pesaing biasanya termotivasi oleh keuntungan/profit dengan sedikit perubahan strategi bisnis yaitu meningkatkan kualitas produk dan memberikan harga murah itu menjadikan peluang bagi pesaing.³⁷

3) Peluang/*Opportunities*

1) Memberikan keuntungan yang cukup besar

Banyaknya usaha yang dimiliki oleh KSU Padurenan Jaya sangat berpeluang jika pengelolaannya benar-benar maksimal. adapun

³⁴ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

³⁵ Hasil Wawancara Dengan Shihabudin Selaku staf Umum KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

³⁶ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

³⁷ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

usaha yang dimilikinya adalah simpan pinjam, bordir komputer, toko bahan baku, dan *dish washing*.³⁸

2) Prospek atau peluangnya cukup besar untuk dikembangkan Begitu banyaknya usaha yang dimiliki KSU Padurenan Jaya membuat prospek kedepannya akan semakin besar untuk dikembangkan apalagi mempunyai 4 usaha yang mana kesemuanya jarang dimiliki oleh pelaku bisnis dalam wilayah KSU Padurenan Jaya kudu.³⁹

3) Permintaan pasar dijamin yang modern ini semakin meningkat Seiring berkembangnya dunia teknologi *modern* yang mana orang bisa dengan mudah melihat apalagi bertransaksi menggunakan *smarthphone* dengan koneksi jaringan internet maka akan berkontribusi permintaan pasar akan semakin meningkat.⁴⁰

4) Ancaman/*Threath*

1) Banyak jenis usaha yang sama sebagai pesaing Mudahnya bisnis untuk ditiru memberikan kesempatan para pesaing sangat besar, sehingga ada ancaman bagi KSU Padurenan Jaya Kudus terhadap para pesaing baru.⁴¹

2) Persaingan dalam pemasaran yang semakin ketat Banyak cara yang dilakukan dalam pemasaran untuk membuat produk yang dijual laku. Salah satunya adalah memberikan kualitas yang baik dan harga yang murah. Dalam hal ini KSU Padurenan Jaya harus selalu waspada dan pintar dalam membuat strategi pemasaran yang semakin ketat.⁴²

3) Dalam era global seperti sekarang ini persaingan tidak hanya ada pada lingkup dalam negeri tapi seluruh dunia adalah pesaing kita.

³⁸ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

³⁹ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

⁴⁰ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

⁴¹ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

⁴² Hasil Wawancara Dengan Izzan An Imi Selaku Manajer KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

dan ini menjadikan pekerjaan tambahan kedepan KSU Padurenan Jaya untuk selalu berkreasi dan berkarya semaksimal mungkin.⁴³

Analisis peneliti melihat bahwa Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus sebagai lembaga penyedia berbagai kebutuhan konsumen yang meliputi berbagai kebutuhan sandang untuk para konsumen maka Koperasi harus melakukan penjualan. Penjualan adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam melakukan penjualannya, penjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Tidaklah mudah untuk mengarahkan kemauan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatnya.

Saat melakukan penjualan *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus menggunakan jenis-jenis penjualan yaitu berupa: *technical selling*, *technical selling* berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang di tawarkan dapat mengatasi masalah tersebut. Maka Koperasi usaha Padurenan jaya kudus harus mengetahui pentingnya penjualan dengan memahami tentang mengapa mempelajari penjualan, kapan melakukan penjualan, siapa yang melakukan penjualan, memahami organisasi penjualan termasuk kesempatan karir dalam penjualan, merupakan langkah awal yang diperlukan untuk melakukan penjualan.

⁴³ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

Data dilapangan dari hasil observasi dan wawancara peneliti, adapun cara meningkatkan penjualan produk berbasis *online* di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus itu sendiri menggunakan promosi penjualan, promosi penjualan KSU Padurenan Jaya Kudus melakukan promosi penjualan dengan selalu mengupgrade atau mengunggah foto-foto baru produk yang ditawarkan di web KSU Padurenan Jaya agar konsumen tahu, terus tertarik dan membeli. ini terbukti dengan melihat dimenu utama web KSU maka akan tampil foto jika pengen tampil banyak foto-foto yang diunggah tinggal pilih kolom produk maka tampilan foto terbuka lengkap. Selanjutnya dari pernyataan manajer KSU bahwa strategi harga murah juga terus ditawarkan untuk menarik minat pelanggan, tuturnya kalau dihitung-hitung harga yang didapat konsumen jika membeli barang lewat koperasi jauh lebih murah daripada membeli lewat sales atau toko retail mitra Koperasi, memang seluhnya tidak terlalu signifikan tetapi jika digabungkan dengan jumlah pembelian yang banyak maka jumlah selisih harganya lumayan.

Selanjutnya memperbanyak produk juga dilakukan oleh KSU Padurenan Jaya Kudus, terbukti bahwa peneliti melihat barang yang ditawarkan atau dijual di web Koperasi dari usaha toko yang mana semuanya barang-barang kebutuhan konveksi dan kebutuhan jahit mulai semua jenis kain, semua jenis benang, jarum jahit, kancing baju, resleting, peniti, plastik kemasan, dan lain-lain. Kemudian untuk produk-produk yang dihasilkan koperasi seperti baju wearpac, bed bordir, kebaya, juga mukena bordir dan hijab bordir juga ditawarkan lewat media online, Koperasi juga melayani untuk jasa pembordiran bagi konsumen yang mau membordirkan pesanan sesuai kebutuhan pelanggan itu sendiri juga dilayani lewat media online. Manajer dan staf umum Koperasi juga membenarkan bahwa semuanya itu dilakukan untuk memperbanyak inovasi produk dan menarik pelanggan agar mau mengunjungi web Koperasi. Selain itu agar penawaran lebih lengkap dan konsumen bisa mendapatkan produk yang dicari, maka dalam menjual lewat media online

Koperasi juga mengajak anggotanya untuk menitipkan produk yang dihasilkan di Koperasi agar bisa diikutkan dijual lewat online.

Kemudian merencanakan segmentasi penjualan dilakukan oleh KSU Padurenan Jaya Kudus. Hasil wawancara dengan manajer ksu padurenan jaya kudus menjelaskan bahwa tidak ada startegi khusus dalam merencanakan segmentasi pemasaran karena media online bersifat fleksibel dan dinamis, siapa saja bisa melakukan pembelian lewat dunia maya tanpa melihat status kaya-miski, tua dan muda, jauh dan dekat jika sudah minat dan niat maka akan melakukan transaksi. Seperti kemarin dan dahulu-dahulu saja seringkali Koperasi ikut pameran dan expo yang diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kab. Kudus yang diadakan di beberapa kota seperti Semarang, Solo, Jakarta, dan yang terbaru di Lampung Sumatra Selatan ini juga dimanfaatkan oleh Koperasi yang diwakilkan oleh manajer sedikit banyak memperkenalkan hasil produksi Ksu Padurenan Jaya di luar wilayah Kab. Kudus sehingga bisa dikatakan bahwa KSU juga membidik segmentasi pemasran daerah tersebut.

Maka dapat disimpulkan bahwa Cara meningkatkan penjualan produk berbasis *online* di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus itu sendiri menggunakan promosi penjualan, memperbanyak inovasi, memperbanyak produk, memperbanyak media, dan merencanakan segmentasi penjualan.. Dalam promosinya KSU Padurenan Jaya dengan mengunggah foto-foto baru dan strategi harga murah hubungannya dengan teori bahwa usaha promosi yang dilakukan KSU adalah semua kegiatan pemasaran yang dimaksudkan untuk mengalihkan produk atau jasa dari perusahaan ke tangan konsumen. Unsur pemasaran pokok yang terlibat dalam mencapai tujuan ini adalah kegiatan menjual dan pengiklanan. Selanjutnya memperbanyak produk juga perlu untuk meningkatkan penjualan, Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan atau memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan adapun produk yang ditawarkan selain dari dalam Koperasi sendiri juga menggandeng poduk

hasil dari anggota biar lebih lengkap. Kemudian dengan melihat segmentasi penjualan juga perlu dilakukan perusahaan, yang mana memutuskan untuk menjual pada suatu pasar target spesifik. Segmentasi sendiri pada dasarnya mencoba mengelompokkan atau mengklasifikasikan pelanggan menurut kebutuhannya atau karakteristik membelinya yang serupa. disini, *Geografis* sebagai segmentasi meliputi bangsa, wilayah dalam suatu negara, wilayah dalam suatu daerah, kota dan pedesaan. Jika, segmentasi telah ditentukan maka perusahaan dapat lebih mengkonsentrasikan dan mengarahkan usaha promosinya pada suatu target pasar tertentu.

3. Kelebihan dan kekurangan memakai sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus.

Kelebihan bisnis *online* diantaranya:

- a. Mudahnya, bisnis *online* pada penjualannya serta mempromosikan produknya sepenuhnya melalui jaringan internet. Sedangkan bisnis *offline*, terletak pada adanya tempat nyata bentuk usaha tersebut, seperti lokasi, bentuk transaksi secara langsung, dan komunikasi yang secara langsung di antara konsumen dengan produsennya.
- b. Tidak banyak memerlukan tempat karena dengan sebuah bangku dengan kursi serta memiliki komputer/laptop/handpone kegiatan berbisnis sudah dapat dilakukan,
- c. Tidak perlu membayar sewa tempat hanya saja jika memiliki toko *online* anda harus membayar pembelian domain lewat hosting namun juga tidak terlalu mahal berkisar 500rb/1th, dan manfaat lain tidak bergantung pada cuaca karena pekerjaan sepenuhnya di lakukan di internet, sehingga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun hanya bermodal komputer dan handphone saja transaksi sudah bisa dilakukan, pemasaran produk sangat luas bahkan seluruh dunia bisa melihat produk yang kita jual.

Hasil dari wawancara kepada seluruh responden bahwa Izzan An Imi Selaku Manajer, Shihabuddin, Kartika Dan Henny Afrida Selaku Staf Umum Ksu Padurenan Jaya Kudus bahwa: kelebihan memakai sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus kalau konsumen online dari KSU Padurenan Jaya Kudus sampai ke Jaya Pura di Pulau Irian, di Bandar Lampung Sumatra Selatan. Kekurangan memakai sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus banyak pesaing yang mudah meniru dari produk kami, selanjutnya Kekurangan memakai sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus masih dalam taraf ringan dengan seputar komplain karena barang terlambat datang, barang rusak saat pengiriman dan pembeli ingin membatalkan pesanan/menukar produk dengan yang lain itu semua yang akhirnya memakan waktu dengan 2X pengerjaan.⁴⁴

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat manfaat yang didapat tentu banyak sekali, Koperasi dalam menjalankan bisnis *online* selain keuntungan. Manfaat yang lain seperti: menentukan suatu bisnis dalam artian segala bisnis yang ada bisa di kembangkan asalkan tidak melanggar aturan-aturan yang telah ditentukan karena bila hal itu dilanggar, bisa mengakibatkan bisnis yang anda kelola di dampart oleh penyedia layanan akses internet, jaringan dalam mengirim dan menerima informasi sangat luas serta dalam bertransaksi pun juga mudah kita bisa melakukan *research* di berbagai kota, provinsi dan negara-negara yang ada, selanjutnya peluang kita untuk menjadi pembisnis *online* profesional pun bisa terealisasikan kita bisa menciptakan usaha-usaha yang kita miliki, membuka jasa, dan bahkan kita dapat membuat perusahaan bisnis *online* sendiri.⁴⁵

Bisnis *online* merupakan salah satu usaha modern yang memanfaatkan komputer dan jaringan internet sebagai cara untuk

⁴⁴ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

⁴⁵ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

memasarkan atau mempromosikan produk dan jasa dari seorang pengusaha. Cara ini menjadi cara efektif yang mampu meraup keuntungan yang melimpah. Namun, selain keuntungan tersebut, bisnis *online* juga memiliki kelemahan dan kerugian dalam menjalankan usaha.

Hasil wawancara kepada seluruh responden Izzan An Imi selaku manajer, Shihabuddin, khoirul anwar dan Tatik Kartika selaku Staf Umum bahwa kekurangan bisnis *online* diantaranya:

- a. Tingkat kepercayaan tidak terlalu besar karena toko tidak berbentuk fisik dan juga pembeli takut akan penipuan karena belakangan ini sangat marak penipuan yang dilakukan di internet, harus *stay* dengan komputer/laptop/handphone jika sewaktu waktu ada pembeli yang ingin membeli produk anda,
- b. Harus siap dengan komplain karena barang terlambat datang, barang rusak saat pengiriman dan lain-lain.
- c. Juga harus siap jika pembeli ingin membatalkan pesanan/menukar produk dengan yang lain.

Pengelolaan keuntungan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dari unit yang menjadi tanggung jawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Hasil wawancara kepada responden Izzan An Imi selaku manajer, dan Shihabuddin, selaku Staf Umum bahwa dalam pengelolaan keuntungan bisnis *online* KSU Padurenan Jaya Kudus Karena bisnis *online* ini bernaung di bawah divisi usaha toko, maka hasilnya pun dikembalikan ke unit toko dengan alasan barang-barang yang dijual *online* adalah barang yang diperjual belikan di toko Koperasi sendiri. Selanjutnya adapun hasil yang diberikan di toko dikelola lagi buat tambahan modal dan pembelian bahan baku kembali

begitu juga seterusnya. maka tidak ada pengelolaan khusus terkait hasil penjualan online di KSU Padurenan Jaya Kudus.”⁴⁶

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat pengelolaan hasil penjualan *online* bahwasannya pengelolaan hasil penjualan *online* tidak ada dan hasil yang didapat di sendirikan untuk dikelola kembali, karena Koperasi Padurenan Jaya Kudus saat ini masih menggabungkan dengan divisi unit toko dengan alasan produk-produk yang dijual adalah barang toko hanya saja cara penjualannya memanfaatkan media *online* untuk membantu penjualan secara manual di toko Koperasi. Maka dari itu pengelola dalam hal ini manajer tidak begitu menganggap bahwa hasil penjualan *online* harus dikelola sendiri hanya saja pencatatan penjualan *online*. dicatat dan dibuat laporan untuk bahan evaluasi.⁴⁷

Analisis kelebihan dan kekurangan memakai sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus dilihat dari data yang ada di Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus pada Laporan buku order penjualan online bulan Januari-Desember 2016 bahwa pendapatan dari hasil penjualan atau pemesanan secara online mampu menambah keuntungan bagi Koperasi. Ini sebagai bukti nyata bahwa dari awal sampai akhir tahun terus ada transaksi yang rata-rata ada 5-10 kali transaksi setiap bulannya yang menghasilkan omzet 5-20 juta dalam 1 bulannya dari sistem penjualan berbasis online di Koperasi. Sehingga, jika dipikir secara logika kelebihan penjualan online sangat menguntungkan dibandingkan dengan kekurangan karena mencakup pemasaran yang sangat luas mulai dalam negeri sampai keluar negeri. Manajer Koperasi juga menambahi sebenarnya kekurangan yang diakibatkan oleh kecurangan dan berakibat kerugian itu semuanya tergantung niat manusianya masing-masing. karena setiap orang itu berbeda-beda tergantung bagaimana kita menyikapinya dan dikembalikan semuanya kepada sang pencipta. tetapi selama ini ksu

⁴⁶ Hasil Dari Wawancara Kepada Seluruh Responden KSU Padurenan Jaya Kudus Pada Tanggal 17 Januari 2017.

⁴⁷ Hasil Observasi Di KSU Padurenan Jaya Kudus Tanggal 17 Januari 2017.

padurenan jaya kudus belum dan sama sekali tidak pernah ada kecurangan. Jadi bisa disimpulkan kaitannya dengan penggunaan system penjualan online di Koperasi membuat keuntungan tersendiri bagi perusahaan.

Maka analisis peneliti mengatakan bahwa kebijakan untuk mengembangkan sistem informasi dilakukan karena manajemen menginginkan untuk meraih kesempatan-kesempatan yang ada yang tidak dapat diraih oleh sistem yang lama atau masih menggunakan sistem yang lama atau manual (tidak terkomputerisasi) dalam bentuk pencatatan barang keluar dalam penjualannya Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus. Sistem informasi sudah menjadi bagian yang sangat signifikan dalam perkembangan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi informasi dipengaruhi oleh tingginya kebutuhan akan teknologi dan sistem informasi yang akurat, efektif, dan efisien.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya kelebihan dan kekurangan memakai sistem penjualan produk berbasis *online* Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus tergantung bagaimana pelaku bisnis menyikapi tentang situasi dan kondisi yang ada karena dalam era *e-business*, situs *web* berperan penting sebagai "*interface*" diantara para karyawan, antar perusahaan, dan antara perusahaan dengan pemasok dan konsumennya. Sebagai contoh belanja *online* bisa mengeliminasi berbagai kendala ritel tradisional seperti hambatan geografis, kendala waktu, kendala informasi dan kendala beralih pemasok, secara garis besar. Melihat dari dampak negatif yang ada ternyata banyak dampak positif yang lebih memberikan keuntungan bagi perusahaan diantaranya:

- a. Memudahkan promosi produk dan jasa secara interaksi melalui saluran komunikasi langsung lewat internet.
- b. Menciptakan saluran distribusi baru yang dapat menjangkau lebih banyak pelanggan di hampir semua belahan dunia.
- c. Memberikan penghematan signifikan dalam hal biaya pengiriman informasi dan produk terdigitalisasi.

- d. Menekan waktu siklus dan tugas-tugas administratif, terutama untuk pemasaran internasional mulai dari pesanan hingga pengiriman produk.
- e. Layanan pelanggan yang lebih responsif dan memuaskan karena pelanggan dapat mendapatkan informasi lebih rinci dan respon cepat secara *online*.
- f. Memudahkan aplikasi *one to one* atau *direct advertising* yang lebih efektif dibandingkan *mass advertising*.
- g. Menghemat biaya dan waktu dalam menangani pesanan, karena sistem pemesanan elektronik memungkinkan pemrosesan yang lebih cepat dan akurat.
- h. Menghadirkan pasar maya atau (*virtual*) sebagai komplemen pasar tradisional (*market place*).

Sedangkan kekurangan memakai sistem penjualan produk berbasis *online* adalah:

- a. Tingkat kepercayaan tidak terlalu besar karena toko tidak berbentuk fisik.
- b. Harus siap dengan komplain karena barang terkadang terlambat datang, barang rusak saat pengiriman dan lain-lain.
- c. Juga harus siap jika pembeli ingin membatalkan pesanan/menukar produk dengan yang lain.