**DA**|**FTA**|**R PUSTA**|**KA**|

A|rifin, T., & Wa|luyo, W. (2018). A|na|lisis da|ya| dukung ekologi untuk pengemba|nga|n budida|ya| rumput la|ut di ba|gia|n uta|ra| teluk bone. *Ta*|*ta*|*loka*|, *20*(1), 12. https://doi.org/10.14710/ta|ta|loka|.20.1.12-22

A|vriya|nti, S. (2021). Stra|tegi berta|ha|n bisnis di tenga|h pa|ndemi covid-19 denga|n  mema|nfa|a|tka|n bisnis digita|l  (studi pa|da| ukm ya|ng terda|fta|r pa|da| dina|s kopera|si,  usa|ha| kecil da|n menenga|h ka|bupa|ten ta|ba|long). *Jurna*|*l PubBis*, *5*(1), 60–74.

Ba|ra|tulla|h. A|bdul Ha|kim da|n Teguh Pra|setyo, 2005, Bisnis E-commerce Study System Kea|ma|na|n da|n Hukum Indonesia|, Yogya|ka|rta| : Pusta|ka| Pela|ja|r.

Bugsha|n, H., & A|tta|r, R. W. (2020). Socia|l commerce informa|tion sha|ring a|nd their impa|ct on consumers. *Technologica*|*l Foreca*|*sting a*|*nd Socia*|*l Cha*|*nge*, *153*. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119875

Da|rwish, S. M. (2020). A| bio-inspired credit ca|rd fra|ud detection model ba|sed on user beha|vior a|na|lysis suita|ble for business ma|na|gement in electronic ba|nking. *Journa*|*l of A*|*mbient Intelligence a*|*nd Huma*|*nized Computing*, *11*(11), 4873–4887. https://doi.org/10.1007/s12652-020-01759-9

Edy, I. C., Ma|rsono, S., & A|di, U. B. (2018). Pela|tiha|n: stra|tegi pemberda|ya|a|n kopera|si di era| digita|l pa|da| kopera|si ksb 210 sumber sura|ka|rta|. *WA*|*SA*|*NA*| *NYA*|*TA*| *(Jurna*|*l Penga*|*bdia*|*n Pa*|*da*| *Ma*|*sya*|*ra*|*ka*|*t)*, *2*(2), 76–81.

Fa|uzia|h. (2020). Stra|tegi Komunika|si Bisnis Online Shop “Shoppe” Da|la|m  Meningka|tka|n Penjua|la|n. *JURNA*|*L A*|*BIWA*|*RA*|, *1*(2), 45–53.

Friska| Muthi Wula|nda|ri., “jua|l beli online ya|ng a|ma|n da|n sya|r’i (studi terha|da|p pa|nda|nga|n pela|ku bisnis online di ka|la|nga|n ma|ha|siswa| da|n a|lumni fa|kulta|s Sya|ri’a|h da|n hukum UIN Suna|n Ka|lija|ga|)”.LTA| S1 Kea|rsipa|n Fa|kulta|s Sya|ria|h da|n Hukum, UIN Suna|n Ka|lija|ga| Yogya|ka|rta|, 2015.

Ibra|him. Johnny, 2010, Teori da|n Metodologi Penelitia|n Hukum Norma|tif, Ma|la|ng: Ba|yumedia| Publishing.

Indra|jit. Eko, 2001, E-commerce Kia|t Stra|tegi Bisnis di Dunia| Ma|ya|, Ja|ka|rta| : PT. Elex Media|.

Ja|uha|ri, M. N., & Purna|ningrum, E. (2021). Pela|tiha|n bisnis online ba|gi komunita|s disa|bilita|s dima|sa|  pa|ndemi covid-19. *Ka*|*niga*|*ra*|*: Jurna*|*l Penga*|*bdia*|*n Kepa*|*da*| *Ma*|*sya*|*ra*|*ka*|*t*, *1*(2), 133–140.

Ma|rpa|ung, B., & Meka|niwa|ti, D. A|. (2020). Penga|ruh Kua|lita|s Produk, Ha|rga|, Promosi da|n Pela|ya|na|n Terha|da|p Kepua|sa|n Konsumen serta| Da|mpa|knya| Pa|da| Keputusa|n Pembelia|n studi pa|da| konsumen a|la|t mesin pengola|h kopi di pt. Ka|rya| mitra| usa|ha|. *Jimkes: Jurna*|*l Ilmia*|*h Ma*|*na*|*jemen  Kesa*|*tua*|*n*, *8*(1), 29–38.

Muha|djir. Noeng, 1996, Metodologi Penelitia|n Kua|lita|tif , Yogya|ka|rta|: Ra|ke Sa|ra|sin.

Na|sution. S, 1998, Metode Penelitia|n Na|tura|listic Kua|lita|tif, Ba|ndung: Ta|rsito.

Ningsih, D. A|., & Ma|sruroh, A|. H. (2018). A|na|lisis perba|ndinga|n sistem pemberia|n  kredit pa|da| kopera|si sya|ria|h da|n  kopera|si konvensiona|l. *Jurna*|*l PETA*|, *3*(1), 85–94.

Ningsih, T. (2022). A|na|lisis Da|mpa|k Bisnis Ruma|h Sewa| Sela|ma| Pa|ndemi Covid-19. *Investa*|*si Da*|*n Sya*|*ria*|*h (EKUITA*|*S)*, *4*(2), 620. https://doi.org/10.47065/ekuita|s.v4i2.2482

Pra|ditya|, A|. (2019). Penga|ruh media| sosia|l da|n komunika|si bisnis  terha|da|p perkemba|nga|n bisnis online shop. *Jurna*|*l Ilima*|*h Sema*|*ra*|*k*, *2*(1), 31–43.

Qa|la|ti, S. A|., Vela|, E. G., Li, W., Da|kha|n, S. A|., Hong Thuy, T. T., & Mera|ni, S. H. (2021). Effects of perceived service qua|lity, website qua|lity, a|nd reputa|tion on purcha|se intention: The media|ting a|nd modera|ting roles of trust a|nd perceived risk in online shopping. *Cogent Business a*|*nd Ma*|*na*|*gement*, *8*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1869363

Ra|mdha|ni, Y., & La|ntin, R. (2016). Sistem informa|si simpa|n pinja|m berba|sis website kopera|si “rikrik Gemi” SMKN 15 BA|NDUNG. *INFORMA*|*TIKA*|, *3*.

Ra|tna|sa|ri, A|. D. (2017). A|na|lisis fa|ktor-fa|ktor ya|ng mempenga|ruhi keberha|sila|n usa|ha| bisnis online shop di kota| sa|ma|rinda|. *EJourna*|*l A*|*dministra*|*si Bisnis*, *5*(1), 122–124.

Rohma|t, A|. B. (2015). A|na|lisis penera|pa|n prinsip-prinsip kopera|si da|la|m unda|ng-unda|ng kopera|si (Studi Unda|ng-Unda|ng No. 25 Ta|hun 1992 da|n Unda|ng-Unda|ng  No.17 Ta|hun 2012). *Jurna*|*l Pemba*|*ha*|*rua*|*n Hukum*, *2*(1), 138–148.

Sa|gita|, I. N. C., & A|ristia|, P. M. (2021). Penga|ruh penera|pa|n e-commerce, endorser credibility, da|n bra|nd equity terha|da|p volume penjua|la|n pa|da| umkm (studi ka|sus pa|da| umkm ka|bupa|ten buleleng). *Jurna*|*l Ilmia*|*h Ma*|*ha*|*siswa*| *A*|*kunta*|*nsi) Universita*|*s Pendidika*|*n Ga*|*nesha*|, *12*(02).

Situmea|ng, R. R. (2018). Da|mpa|k bisnis online da|n la|pa|nga|n pekerja|a|n  terha|da|p peningka|ta|n penda|pa|ta|n ma|sya|ra|ka|t  (studi ka|sus ja|sa| bisnis online  tra|nsporta|si gra|b di kota| meda|n). *A*|*JIE - A*|*sia*|*n Journa*|*l of Innova*|*tion a*|*nd Entrepreneurship* , *3*(3), 319–336.

Suha|rtono, I. (2011). Stra|tegi pengemba|nga|n kopera|si  berorienta|si bisnis. *A*|*mong Ma*|*ka*|*rti*, *4*(7), 33–48.

Suya|ti, E. S. (2016). Pengelola|a|n ma|na|jemen kopera|si sekola|h. *Peda*|*gogik Jurna*|*l Pendidika*|*n*, *11*(2), 88–96.

Ta|ra|nta|ng, J., A|wwa|liya|h, A|., A|stuti, M., & Muna|wa|roh, M. (2019). Perkemba|nga|n sistem pemba|ya|ra|n digita|l  pa|da| era| revolusi industri 4.0 di indonesia|. *Jurna*|*l A*|*l Qa*|*rdh*, *4*, 60–76.

Tha|rob, G. F., Mingkid, E., & Pa|putunga|n, R. (2017). A|na|lisis ha|mba|ta|n bisnis online ba|gi ma|ha|siswa| unsra|t. *A*|*cta*| *Diurna*|, *VI*(2), 1–19.

Wa|hid, N., & Ha|lima|, N. (2018). Ka|mila|h wila|ya|h fa|tima|tuzza|hro’ pondok pesa|ntren nurul ja|did. In *Jurna*|*l Ka*|*jia*|*n Ekonomi da*|*n Perba*|*nka*|*n Profit: Jurna*|*l Ka*|*jia*|*n Ekonomi da*|*n Perba*|*nka*|*n* (Vol. 2, Issue 1). https://ejourna|l.unuja|.a|c.id/index.php/profit

Wa|hyuni, R. A|. E., & Turisno, B. E. (2019). Pra|ktik fina|nsia|l teknologi ilega|l da|la|m bentuk pinja|ma|n online ditinja|u da|ri etika| bisnis. *Jurna*|*l Pemba*|*nguna*|*n Hukum Indonesia*|, *1*(3), 379–392.

Xu, X., Wu, J.-H., & Li, Q. (2020). Wha|t drives consumer shopping beha|vior in live strea|ming commerce? *Journa*|*l of Electronic Commerce Resea*|*rch*, *21*(3), 144–168.

Yusa|nto, V. (2019). Ra|ga|m Pendeka|ta|n Penelitia|n Kua|lita|tif. *Journa*|*l of Scientific Communica*|*tion*, *1*(1), 1–13.

**La**|**mpira**|**n 1.** Ha|sil Instrumen Wa|wa|nca|ra|

**DA**|**MPA**|**K BISNIS ONLINE TERHA**|**DA**|**P PENJUA**|**LA**|**N DI KOPERA**|**SI BUDI BHA**|**KTI UNIVERSITA**|**S PA**|**NCA**|**SA**|**KTI TEGA**|**L**

Da|la|m penelitia|n ini, peneliti a|ka|n mela|kuka|n wa|wa|nca|ra| kepa|da| informa|n ya|ng memberika|n kontribusi da|n informa|si da|la|m penelitia|n ini. Mereka| a|da|la|h pengurus kopera|si, a|nggota| kopera|si ya|itu dosen da|n ka|rya|wa|n UPS Tega|l, pa|ra| supla|yer kopera|si, da|n ma|ha|siswa| UPS Tega|l ya|ng menja|di subjek da|la|m penelitia|n ini.

Perta|nya|a|n wa|wa|nca|ra| :

1. A|pa| da|mpa|k positif bisnis online terha|da|p penjua|la|n di kopera|si Budi Bha|kti?
2. A|pa| da|mpa|k nega|tive bisnis online terha|da|p penjua|la|n di kopera|si Budi Bha|kti?
3. Ba|ga|ima|na| mina|t pembeli ya|ng dila|kuka|n seca|ra| online di kopera|si Budi Bha|kti?
4. A|pa|ka|h sela|ma| ini a|da| compla|in da|ri pembeli ketika| kopera|si Budi Bha|kti mela|kuka|n penjua|la|n seca|ra| online? Ba|ga|ima|na| ca|ra| penyelesa|ia|nnya| da|ri kopera|si?
5. A|pa| ya|ng diha|ra|pka|n konsumen terka|it penjua|la|n di kopera|si Budi Bha|kti?
6. A|pa| ba|ra|ng ya|ng sering dimina|ti da|n dibutuhka|n oleh konsumen di kopera|si Budi Bha|kti? A|pa| a|la|sa|nnya|?
7. Ba|ga|ima|na| ca|ra| memperta|ha|nka|n konsumen mina|t konsumen untuk penjua|la|n di kopera|si Budi Bha|kti? Upa|ya| a|pa| ya|ng dila|kuka|n kopera|si?
8. Ba|ga|ima|na| pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti?
9. Ba|ga|ima|na| pela|ya|na|n kopera|si ya|ng diha|ra|pka|n oleh konsumen?
10. Ba|ga|ima|na| ca|ra| kopera|si mempromosika|n penjua|la|n seca|ra| online? Mela|lui ja|lur a|pa| sa|ja|?
11. A|pa|ka|h kopera|si suda|h menera|pka|n sistem delivery order/a|nta|r jemput ba|ra|ng? Ba|ga|ima|na| ha|silnya|? A|pa| ya|ng dita|wa|rka|n pa|da| sistem delivery order di kopera|si?
12. A|pa|ka|h denga|n a|da|nya| promo diskon bela|nja| a|ka|n meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si seca|ra| online?

Na|ma| Informa|n : Ga|luh Rengga|ni Wilis, ST, MT

Sta|tus : Wa|kil Ketua| Kopera|si Budi Bha|kti / Dosen FTIK

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti a|da|la|h memuda|hka|n konsumen untuk berbela|nja|.
2. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti a|da|la|h pa|ra| a|nggota| kopera|si mena|wa|rka|n ba|ra|ng di WA|G Kopera|si teta|pi tida|k mela|lui kopera|si, denga|n sika|p seperti ini a|ka|n merugika|n piha|k kopera|si.
3. Mina|t bela|nja| online di kopera|si Budi Bha|kti ba|nya|k, teruta|ma| pa|da| sa|a|t pa|ndemic covid 19.
4. Sela|ma| ini tida|k a|da| pembeli ya|ng compla|in di kopera|si, ka|la|u misa|lka|n a|da| bisa| dia|ta|si oleh piha|k kopera|si.
5. Konsumen mengha|ra|pka|n ba|ra|ng ya|ng dipesa|n a|da|, da|n ka|la|u misa|lnya| tida|k tersedia| kopera|si mengupa|ya|ka|n dia|da|ka|n.
6. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen a|da|la|h semua| kebutuha|n ruma|h ta|ngga|, seperti semba|ko, sna|ck, cemila|n, minuma|n pa|na|s da|n dingin da|n konsumen khususnya| a|nggota| kopera|si bisa| bela|nja| denga|n potong ga|ji.
7. Kopera|si berusa|ha| memenuhi kebutuha|n konsumen, da|n memberika|n promo ba|gi a|nggota| berupa| ba|za|r semba|ko mura|h.
8. Sela|ma| ini pela|ya|na|n di kopera|si ba|ik.
9. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h pela|ya|na|n ya|ng ba|ik denga|n senyum, sa|pa|, da|n sa|la|m.
10. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui WA| da|n WA|G, sta|tus WA|
11. Kopera|si suda|h menera|pka|n system delivery order (DO), ba|nya|k ya|ng pesa|n, sela|ma| di lingkunga|n UPS Tega|l dia|nta|r free ongkir, da|n a|pa|bila| di a|nta|r di ruma|h ongkos dita|nggung sendiri.
12. A|da|nya| promo diskon bela|nja| sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

Na|ma| Informa|n : Nurma|n Eka| Setya|wa|n, SE

Sta|tus : Ka|rya|wa|n Kopera|si Budi Bha|kti UPS Tega|l

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti a|da|la|h lebih terpa|cu da|la|m penjua|la|n da|n a|da| inova|si penjua|la|n.
2. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti a|da|la|h berda|mpa|k terha|da|p omset penjua|la|n kopera|si, ka|rena| konsumen lebih memilih bela|nja| online da|ri ruma|h di lua|r kopera|si (setela|h pa|ndemic covid 19)
3. Mina|t bela|nja| online sa|a|t WFH (pa|ndemic covid 19) di kopera|si Budi Bha|kti sa|nga|t besa|r, teta|pi setela|h norma|l ja|ra|ng pembelia|n seca|ra| online, konsumen lebih sena|ng da|ting ke kopera|si.
4. A|da| compla|in, dia|nta|ra|nya| a|da|la|h:

* Ongkir da|ri konsumen a|pa|bila| ya|ng menga|nta|r gojek
* Ha|rga| norma|l buka|n ha|rga| grosir

1. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng dilengka|pi da|n ha|rga| lebih mura|h.
2. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen a|da|la|h semua| kebutuha|n ruma|h ta|ngga|, seperti semba|ko, sa|bun, da|n kosmetik.
3. Kopera|si berusa|ha| memenuhi a|pa| ya|ng diminta| konsumen, memenuhi sesua|i pesa|na|n konsumen
4. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik.
5. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h 3 S, ya|itu senyum, sa|pa| da|n sa|la|m.
6. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|
7. Pa|da| sa|a|t pa|ndemic kopera|si mela|kuka|n DO, setela|h pa|ndemi pesa|na|n dia|nta|r ke ka|ntor-ka|ntor/unit-unit di lingkunga|n UPS seca|ra| gra|tis ongkir, pela|ya|na|n ke ruma|h mela|lui gojek ongkir dita|nggung konsumen.
8. A|da|nya| promo diskon bela|nja| pa|sti sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

Na|ma| Informa|n : Dia|n Retna|wa|ti

Sta|tus : Ka|rya|wa|n Kopera|si Budi Bha|kti UPS Tega|l

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti :

* Penjua|la|n berja|la|n la|ncer da|n omset tida|k menurun.
* Bisa| bela|nja| ta|npa| ha|rus da|ting ke kopera|si

1. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti:

* Membutuhka|n tena|ga| ta|mba|ha|n untuk menga|nta|r ba|ra|ng
* Membutuhka|n teknologi untuk mema|sa|rka|n ba|ra|ng

1. Seba|gia|n a|nggota| bermina|t pembelia|n seca|ra| online.
2. A|da| compla|i dia|nta|ra|nya| a|da|la|h tenta|ng stok ba|ra|ng, ca|ra| penyelesa|ia|nnya| denga|n berusa|ha| memenuhi keingina|n a|nggota|.
3. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng dilengka|pi denga|n stok ba|ra|ng dita|mba|h.
4. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen a|da|la|h semba|ko
5. Kopera|si berusa|ha| memenuhi a|pa| ya|ng diminta| konsumen, denga|n meningka|tka|n pela|ya|na|n online da|n offline, da|n mena|mba|h jumla|h jenis ba|ra|ng.
6. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik.
7. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h 3 S, ya|itu senyum, sa|pa| da|n sa|la|m.
8. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|
9. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO, ha|silnya| cukup ba|ik.
10. A|da|nya| promo diskon bela|nja| tentunya| sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

Na|ma| Informa|n : A|ndro Dewa|nta|ra| Nugroho, SE

Sta|tus : Ka|rya|wa|n Kontra|k UPS Tega|l (non a|nggota| kopera|si)

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti : memuda|hka|n pembeli/konsumen da|la|m menda|pa|tka|n ba|ra|ng a|ta|u memesa|n ba|ra|ng.
2. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di kopera|si Budi Bha|kti Tida|k a|da|
3. Mina|t pembeli meningka|t ka|rena| dimuda|hka|n denga|n teknologi/online
4. Tida|k a|da| compla|in.
5. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng lebih va|ria|tive da|ri ba|ra|ng ya|ng dita|wa|rka|n.
6. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen A|TK, ma|ka|na|n+minuma|n, perlengka|pa|n rua|nga|n seperti tissue, pengha|rum rua|nga|n.
7. Memberika|n promo, da|n memberika|n ha|dia|h kepa|da| konsumen ya|ng loya|l
8. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik, ba|gus, ra|ma|h, sopa|n, a|sik, pa|la|ya|n cepa|t.
9. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si teta|p ra|ma|h da|n pela|ya|na|n cepa|t.
10. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|
11. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO, teta|pi ja|ra|ng
12. A|da|nya| promo diskon bela|nja| bisa| dika|ta|ka|n meningka|t.

Na|ma| Informa|n : Mutia| Hikma|h F (NPM : 2120600037)

Sta|tus : Ma|ha|siwa| Ilmu Pemerinta|ha|n - FISIP

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti : memuda|hka|n konsumen untuk mengeta|hui ba|ra|ng ya|ng a|ka|n dijua|l.
2. Da|mpa|k nega|tive bisnis online bia|sa|nya| ba|ra|ng da|ta|ng tida|k sesua|i denga|n pesa|na|n, da|n pembeli sering ka|li menca|ncel pesa|na|n.
3. Pemina|t pembelia|n online ba|nya|k.
4. Tida|k ta|hu, ka|rena| sela|ma| ini belum perna|h membeli online di kopera|si, ha|nya| membeli la|ngsung da|ta|ng ke kopera|si.
5. Lebih ba|nya|k va|ria|si ma|ka|na|n untuk memenuhi kebutuha|n ma|ha|siswa|
6. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen teruta|ma| ma|ha|siswa| a|da|la|h sna|ck/cemila|n, minuma|n, dll.
7. Pela|ya|na|n di kopera|si ha|rus diperta|ha|nka|n, sela|lu ra|ma|h da|la|m mela|ya|ni konsumen.
8. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti suda|h ba|ik.
9. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si teta|p ra|ma|h.
10. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|
11. Tida|k ta|hu, ka|rena| tida|k perna|h membeli online di kopera|si
12. A|da|nya| promo diskon bela|nja| pa|sti penjua|la|n a|ka|n meningka|t.

Na|ma| Informa|n : Fa|ni Fa|dila|h

Sta|tus : Ka|rya|wa|n Kopera|si Budi Bha|kti UPS Tega|l

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti : memuda|hka|n da|la|m konsumen da|la|m berbela|nja|.
2. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di kopera|si Budi Bha|kti bia|sa|nya| ba|ra|ng ya|ng dijua|l tida|k sesua|i pesa|na|n.
3. Mina|t pembeli sa|nga|t besa|r terha|da|p pela|ya|na|n online.
4. Tida|k perna|h dikompla|in
5. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng lebih ba|nya|k
6. Ma|ka|na|n da|n minuma|n
7. Berusa|ha| teta|p memperta|ha|nka|n kua|lita|s ma|ka|na|n ya|ng di jua|l, ka|lua| ra|sa|nya| ena|k kua|lita|snya| ba|ik kemungkina|n konsumen a|ka|n repea|t order a|ta|u memesa|n kemba|li.
8. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik.
9. Berusa|ha| memenuhi kebutuha|n konsumen.
10. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA| denga|n memosting ba|ra|ng ya|ng dijua|l.
11. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO
12. A|da|nya| promo diskon bela|nja| bisa| dika|ta|ka|n meningka|t.

Na|ma| Informa|n : Budi Susetyo, SE, M.Si

Sta|tus : Ketua| Kopera|si Budi Bha|kti UPS Tega|l

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti :

* Memuda|hka|n konsumen untuk membeli ba|ra|ng di kopera|si
* Mempromosika|nnya| muda|h lewa|t a|plika|si WA|

1. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti sela|ma| ini tida|k a|da|
2. Mina|t konsumen da|la|m pembelia|n seca|ra| online ba|nya|k, ka|rena| lebih muda|h.
3. Sela|ma| ini tida|k a|da| compla|in da|ri pembeli, ka|rena| sebelum pengirima|n ba|ra|ng, a|ka|n diinforma|sika|n terlebih da|hulu.
4. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng ya|ng diminta| a|da| di kopera|si.
5. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen a|da|la|h kebutuha|n ruma|h ta|ngga|, semba|ko, pemba|ya|ra|n listrik, PA|M, Telkom, da|n tiket kereta|.
6. Kopera|si berusa|ha| memenuhi a|pa| ya|ng diminta| konsumen, denga|n meningka|tka|n pela|ya|na|n online da|n offline, da|n mena|mba|h jumla|h jenis ba|ra|ng.
7. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik seka|li.
8. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h a|pa| ya|ng diminta| konsumen sela|lu a|da|, serta| pela|ya|na|n ya|ng ra|ma|h.
9. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|, da|n mela|lui a|plika|si Google form (pa|da| ma|sa| pa|ndemic covid)
10. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO, ha|silnya| cukup ba|ik, denga|n ongkir di ta|nggung oleh konsumen a|pa|bila| dia|nta|r ke ruma|h denga|n gojek, da|n ongkir gra|tis di a|nta|r dilingkunga|n UPS Tega|l
11. A|da|nya| promo diskon bela|nja| tentunya| sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

Na|ma| Informa|n : A|mira|h, SE.I, M.Si

Sta|tus : Benda|ha|ra| Kopera|si Budi Bha|kti UPS Tega|l

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti :

* Penjua|la|n sema|kin meningka|t
* Pa|rtisipa|si a|nggota|/konsumen sema|kin meningka|t

1. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti:

* Pembeli ha|nya| membeli ba|ra|ng ya|ng dipesa|n sa|ja| (tida|k bia|s da|ta|ng la|ngsung ke kopera|si)
* Pembeli tida|k bisa| da|ta|ng la|ngsung memilih ba|ra|ng.

1. Mina|t konsumen meningka|t.
2. Sela|ma| ini tida|k a|da| compla|in da|ri pembeli, a|pa|bila| a|da| ba|ra|ng bisa| la|ngsung dituka|r.
3. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng ya|ng berva|ria|tif da|n a|da| diskon.
4. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen a|da|la|h kebutuha|n pokok, seperti semba|ko, A|TK, da|n ja|ja|na|n.
5. Kopera|si berusa|ha| memenuhi a|pa| ya|ng diminta| konsumen.
6. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik da|n ra|ma|h.
7. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h sema|kin ba|ik da|n a|pa| ya|ng diminta| konsumen a|da|.
8. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|.
9. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO, ha|sil penjua|la|n meningka|t.
10. A|da|nya| promo diskon bela|nja| tentunya| sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

Na|ma| Informa|n : Niken Tri Sa|btu Rifa|, S.IP.

Sta|tus : Seksi Usa|ha| Kopera|si Budi Bha|kti UPS Tega|l

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti :

* Memuda|ha|n konsumen berbela|nja| di kopera|si

1. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti:

* Pembeli tida|k bisa| meliha|t bera|neka| ba|ra|ng ya|ng dijua|l di kopera|si.

1. Mina|t konsumen meningka|t, ka|rena| lebih muda|h da|n dia|nta|r ke tempa|t ba|gia|n di lingkunga|n UPS.
2. Sela|ma| ini tida|k a|da| compla|in da|ri pembeli a|ta|u konsumen.
3. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng ya|ng berva|ria|tif da|n a|da| diskon.
4. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen a|da|la|h kebutuha|n pokok, seperti semba|ko, A|TK, da|n ja|ja|na|n.
5. Kopera|si berusa|ha| memenuhi a|pa| ya|ng diminta| konsumen.
6. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik da|n ra|ma|h.
7. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h sema|kin ba|ik da|n a|pa| ya|ng diminta|/dibutuhka|n konsumen a|da|.
8. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|.
9. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO, ha|sil penjua|la|n meningka|t.
10. A|da|nya| promo diskon bela|nja| tentunya| sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

Na|ma| Informa|n : A|niza| Juni A|nggita|, S.A|k.

Sta|tus : Ka|rya|wa|n Kopera|si Budi Bha|kti UPS Tega|l

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti memuda|ha|n konsumen berbela|nja| di kopera|si da|n memuda|hka|n kopera|si mempromosika|n ba|ra|ng lewa|t sta|tus WA| Grup Kopera|si.
2. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti pembeli tida|k bisa| meliha|t la|ngsung bera|neka| ba|ra|ng ya|ng dijua|l di kopera|si.
3. Mina|t konsumen meningka|t.
4. Tida|k a|da| compla|in da|ri pembeli a|ta|u konsumen.
5. Konsumen mengha|ra|pka|n jenis ba|ra|ng ya|ng lebih lengka|p
6. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen a|da|la|h kebutuha|n pokok ruma|h ta|ngga|, sna|ck, da|n ja|ja|na|n ba|sa|h.
7. Kopera|si berusa|ha| memenuhi kebutuha|n konsumen
8. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti ba|ik.
9. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h sema|kin ba|ik da|n a|pa| ya|ng diminta|/dibutuhka|n konsumen a|da|.
10. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|.
11. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO, ha|sil penjua|la|n meningka|t.
12. A|da|nya| promo diskon bela|nja| tentunya| sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

Na|ma| Informa|n : Isma|h Na|bila| Wa|hyuningsih

Sta|tus : Siswa| Ma|ga|ng di UPS (da|ri SMK A|L Fa|la|h Moga| Pema|la|ng)

HA|SIL WA|WA|NCA|RA| :

1. Da|mpa|k positif bisnis online di Kopera|si Budi Bha|kti pembeli da|pa|t memesa|n ba|ra|ng di kopera|si lewa|t a|plika|si WA|
2. Da|mpa|k nega|tive bisnis online di Koperta|si Budi Bha|kti pembeli tida|k bisa| meliha|t la|ngsung bera|neka| ba|ra|ng ya|ng dijua|l di kopera|si.
3. Mina|t konsumen sa|nga|t ba|ik da|n pa|stinya| a|ka|n menguntungka|n penjua|l da|n pembeli.
4. Sela|ma| bela|nja| di kopera|si tida|k perna|h compla|in.
5. Mengha|ra|pka|n ba|ra|ng ya|ng dica|ri a|da|.
6. Ba|ra|ng ya|ng dimina|ti konsumen teruta|ma| siswa| ma|ga|ng da|n ma|ha|siswa| a|da|la|h ma|ka|na|n ringa|n (sna|ck), bera|neka| minuma|n dingin da|n ja|ja|na|n ba|sa|h.
7. Kopera|si berusa|ha| memenuhi kebutuha|n konsumen
8. Pela|ya|na|n di kopera|si Budi Bha|kti sa|nga|t ba|ik da|n ra|ma|h.
9. Pela|ya|na|n ya|ng diha|ra|pka|n konsumen di kopera|si a|da|la|h sema|kin ba|ik da|n a|pa| ya|ng diminta|/dibutuhka|n konsumen a|da|.
10. Sela|ma| ini promosi online di kopera|si ha|nya| mela|lui ja|lur WA|, sta|tus WA|.
11. Kopera|si suda|h mela|kuka|n system DO, ha|sil penjua|la|n meningka|t.
12. A|da|nya| promo diskon bela|nja| tentunya| sa|nga|t meningka|tka|n penjua|la|n di kopera|si.

**La**|**mpira**|**n 2.** Foto Wa|wa|nca|ra|























