

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Koperasi Pir'ma jaya, maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut ;

6.1 Kesimpulan

1. Proses bisnis yang ada pada saat ini telah digambarkan pada diagram BPMN dan dari gambaran tersebut ada kekurangan sistem tersebut yaitu dimana dalam penilaian dan pengambilan keputusan calon peminjam hanya dapat dilakukan oleh manajer koperasi Pirman Jaya.
2. Berdasarkan hasil Analisa persiapan menggunakan MIT 90's Framework dapat dilihat bahwa untuk menerapkan sistem baru koperasi ini tidak perlu melakukan perubahan yang banyak karena tidak ada penambahan divisi tapi hanya pengalihan yang sebelumnya dilakukan oleh manajer menjadi dilakukan oleh bagian penagihan. Tetapi tetap butuh pembelajaran sistem baru tersebut sebelum diterapkan di koperasi tersebut.
3. Berdasarkan hasil rancangan yang ditampilkan dengan gambar dapat disimpulkan bahwa tampilan tersebut cukup menarik untuk digunakan. Rancangan sistem tersebut dapat digunakan untuk menyampaikan informasi yang dapat digunakan oleh divisi penagihan untuk melakukan penilaian calon konsumen tanpa tergantung oleh manajer.

4. Kesimpulan dari tanggapan pimpinan sistem yang coba diajukan sudah baik dan memang dibutuhkan Koperasinya tapi untuk penggunaan atau lebih lanjut masih dipikirkan kembali oleh pimpinan.

6.2 Saran

Sistem usulan yang telah dibuat belum di uji coba sehingga tidak dapat dipastikan keberhasilan rancangan sistem ini dapat menyelesaikan masalah yang ada di Koperasi Pirma Jaya. Penulis menyarankan agar sistem ini dapat dicoba untuk digunakan untuk mengetahui kekurangannya. Saran dari pengguna akan digunakan sebagai dasar penyempurnaan sistem ini.

Daftar Pustaka

- Republik Indonesia.1992. Undang-undang No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian. Lembaran Negara RI Tahun 1992 , NO.116.
- Amirullah. (2015). In *Manajemen Strategi : Teori - Konsep - Kinerja* (pp. 105-107). Mitra Wacana Media.
- Baskara, I. A. (2013). Journal Buletin Studi Ekonomi. *Lemabaga Keuangan Mikro*.
- Daulay, R. (2011). Faktor Faktor yang Menentukan Ekspansi Ke Pasar Global. *Manajemen & Bisnis vol. 11 no. 01 ISSN 1693-7619*, 53.
- Endarwati, O. (2015, Agustus 13). *Berita Industri*. Retrieved Oktober 16, 2016, from Kemenperin Government:
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/13395/Industri-Fesyen-Ramah-Lingkungan-Jadi-Unggulan>
- Hamdani. (2003). Seluk Beluk Perdagangan Ekspor Impor. In *Seluk Beluk Perdagangan Ekspor Impor* (p. 19). Jakarta: Yayasan Bina Usaha Niaga Indonesia.
- Huseini, M. (2000). Mencermati Misteri Globalisasi: Manata-Ulang Strategi Pemasaran Internasional Indonesia Melalui Pendekatan Resource-Based. *Jurnal Usahawan*.
- Hutabarat, J. &. (2006). *Strategik Di Tengah Operasional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hutabarat, J., & Huseini, M. (2006). *Strategik Di Tengah OPERASIONAL*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kartajaya, H. (2004). Positioning, Differentiation dan Brand. In *Positioning, Differentiation dan Brand*. (p. 128). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2002). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotabe, Masaaki & Helsen, & Kristiaan. (2010). *Global Marketing Management*. United States: Wiley.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). Dasar-dasar Pemasaran. In *Dasar-dasar Pemasaran* (p. 20). Jakarta: Prenhalindo.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Management information systems*. England: Pearson Education.
- Lukman, D. (2005). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ma'Arif, M. S. (2003). *Manajemen Operasi*. Bogor: Grasindo.
- Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Louisville: PT.Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 6). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- P. Rina, S. (2003). Manajemen Strategi dalam Menghadapi Era Globalisasi. *Unitas*, September 2002 - Februari 2003, Vol 11 no.1, 20.
- Porter, E. M. (2007). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy); Teknik Menganalisa Industri dan Pesaing*. Tangerang: Kharisma Publikasi.
- Porter, M. E. (2015). *Understand competitive force and stay ahead of the competition*. Cambridge: Harvard Business School.
- Purba, O. (2015). *Panduan Praktis Mendirikan Berbagai Badan Usaha*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Rahardjo, S., & Gudnanto. (2011). *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT. In *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (p. 177). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rudianto. (2006). *Akuntansi Koperasi*. Jakarta: Grafindo.
- Salusu, J. (1996). *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Siahaan, P. (2003). Strategi Ekspansi Pasar Perusahaan ke Pasar Global. *Jurnal Akademia*, Vol. 7 No. 1.
- Sugiyono. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (p. 21). Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sutojo, S. (1997). *Menangani kredit Bermasalah*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Suyatno, T. (2003). *Dasar-dasar Perkreditan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Tandjung, M. (2011). Aspek dan Prosedur Ekspor Impor. In *Aspek dan Prosedur Ekspor Impor* (p. 269). Jakarta: Salemba Empat.

TYOSO, J. S. (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.

Wibowo, B., & Kusrianto, A. (2010). Menembus Pasar Ekspor Siapa Takut? In *Panduan Menjadi Entrepreneur Kaliber Internasional* (p. 31). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Wuryandari, N. E. (2014). Strategi Memasuki Pasar Global. *Modul Perkuliaan Universitas Mercubuana*, 7.

Yasin, M., & Ethicawati, S. (2007). *Ekonomi Untuk Sekolah Menengah Pertama*. Jakarta: Ganeca Exact.