

**MENGUKUR KESIAPAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI
DALAM PENJUALAN KERAJINAN TANGAN**
(Studi Kasus : Toko Lintang Craft)

TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program S1,
di Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung

oleh :

Yudha Aditya P
NPM : 14.304.0182



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG
JANUARI 2022**

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Sarjana Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan Bandung, pada hari dan tanggal sidang sesuai berita acara sidang, tugas akhir dari:

Nama : Yudha Aditya PNrp :
143040182

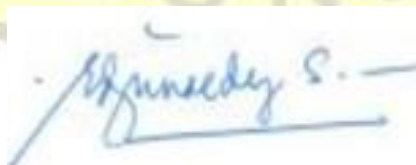
Dengan judul :

**"MENGUKUR KESIAPAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI
DALAM PENJUALAN KERAJINAN TANGAN"**

Bandung, 31 Januari 2022

Menyetujui,

Pembimbing Utama



(Ir R Djunaedy Sakam ,MT)

Abstrak

Lintang Kinnnan *Craft* adalah Suatu Jenis Usaha kecil menengah di bidang Kerajinan Tangan yang berlokasi di Perum BMI Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang proses bisnis toko Lintang Kinnnan *Craft* yaitu Membuat Suatu Kerajinan Tangan berupa Hiasan Tanaman, Aksesoris Dinding dan beberapa Aksesoris Masker, di samping itu lintang craft memiliki persoalan untuk memasarkan dan menjual produk- produknya ,saat ini lintang craft hanya menggunakan instagram sebagai media nya jadi produk yang di pasarkan dan dijual kurang maksimal. Metode yang digunakan yaitu metode pendekatan kualitatif dengan model *PDCA* sendiri yaitu *Plan* ,*Do*, *Check* dan *Act* yang berfungsi untuk menganalisis kesiapan lintang *Craft* dengan memanfaatkan media sosial yaitu *facebook* untuk memasarkan dan menjual produk kerajinan tangan

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tingkat kesiapan lintang *Craft* dalam meningkatkan penjualan kerajinan tangan dengan memanfaatkan media sosial facebook dengan merancang akun di facebook marketplace.

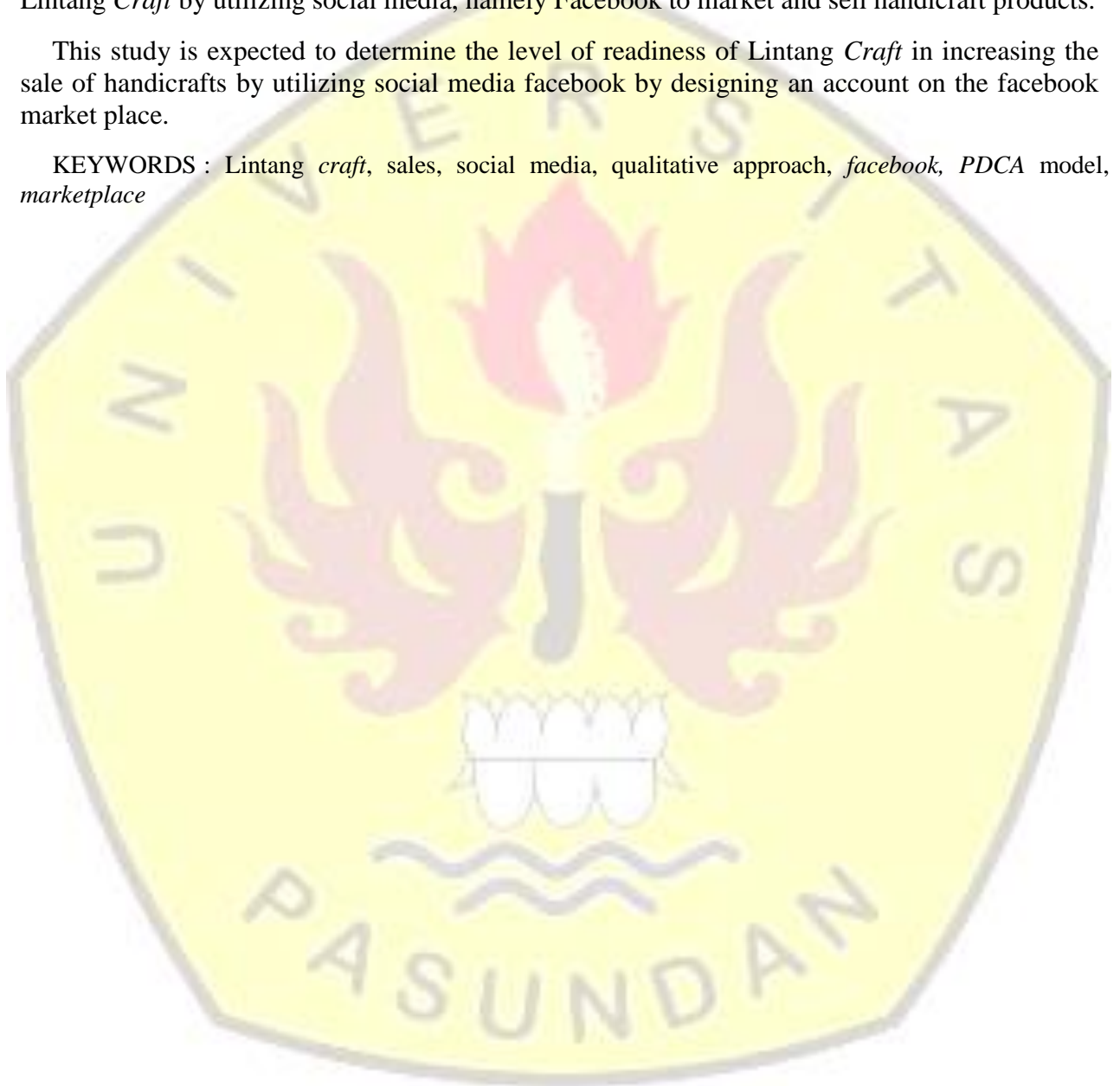
KATA KUNCI : Lintang *craft*, penjualan, Media sosial, Pendekatan Kualitatif, model *PDCA* *facebook*,*marketplace*



Lintang Kinnnan *Craft* is a type of small and medium business in the field of Handicrafts located in Perum BMI, Cikampek District, Karawang Regency, the business process of the Lintang Kinnnan Craft store is to make a Handicraft in the form of Plant Decorations, Wall Accessories and some Mask Accessories, in addition, Lintang craft have problems to market and sell their products, currently Lintang *Craft* only uses Instagram as its medium, so the products marketed and sold are less than optimal. The method used is a qualitative approach with the *PDCA* model itself, namely *Plan, Do, Check* and *Act* which serves to analyze the readiness of Lintang *Craft* by utilizing social media, namely Facebook to market and sell handicraft products.

This study is expected to determine the level of readiness of Lintang *Craft* in increasing the sale of handicrafts by utilizing social media facebook by designing an account on the facebook market place.

KEYWORDS : Lintang *craft*, sales, social media, qualitative approach, *facebook*, *PDCA* model, *marketplace*



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERNYATAAN TUGAS AKHIR.....	li
ABSTRAK.....	lii
ABSTRACT.....	Iv
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	Vi
DAFTAR TABEL.....	Vii
DAFTAR GAMBAR.....	Ix
DAFTAR ISTILAH.....	X
DAFTAR LAMPIRAN.....	Xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1-1
1.1 Latar Belakang.....	1-2
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Maksud Dan Tujuan Tugas Akhir.....	1-2
1.4 Lingkup Tugas Akhir.....	1-2
1.5 Metodologi Pelaksanaan Tugas Akhir.....	1-2
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	1-3
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	2-1
2.1 Kesiapan(<i>Readiness</i>).....	2-1
2.1.1 Faktor-Faktor Kesiapan(<i>Readiness</i>).....	2-1
2.2	2-2
Penjualan.....	2-2
.....	2-2
2.2,1 Tujuan	
Penjualan.....	
2.2,2 Pengertian	
Produktifitas.....	
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi Penjualan.....	2-3
2.3 <i>Media Sosial</i>	2-3
2.3.1 Karakteristik <i>Media Sosial</i>	2-4
2.3,2 Jenis-Jenis <i>Media</i>	
<i>Sosial</i>	2-5
.....	2-6
2.4	
<i>Facebook</i>	
.....	
2.4,1 Sejarah <i>Facebook</i>	2-6
2.4,2 <i>Facebook Marketing</i>	2-7
2.4,3 <i>Marketplace</i>	2-9
2.4,4 Manfaat <i>Facebook</i>	2-9

2.5 Metode Penelitian Kualitatif	2-9
2.6 Data dan Sumber Data.....	2-10
2.6.1 Sumber Data Primer.....	2-11



2.6,2 Sumber Data	2-11
Sekunder.....	2-11
2.7	
<i>Plan,Do,Check,A(PDCA)</i>	
.....	
2.7.1 Manfaat <i>PDCA</i>	2-13
2.8 Penelitian Terdahulu.....	2-13
BAB 3 SKEMA PENELTIAN	3-1
3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir	3-2
3.2. Analisis Masalah Tugas akhir.....	3-3
3.3. Metode Fisbone Analisis	3-3
3.4 Solusi Masalah.....	3-4
3.5. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	3-5
3.6 Profile Objek Penelitian.....	3-5
3.7.Profile Tempat Penelitian.....	3-5
BAB 4 ANALISIS DAN PERANCANGAN	4-1
4.1 Merancang Antarmuka dengan memanfaatkan Facebook Marketplace untuk promosi dan penjualan online di lintang craft dengan konsep <i>PDCA</i>	4-1
4.1.1. <i>Plan</i> (Perencanaan)	4-1
4.1.2 Tampilan Penjualan produk secara langsung melalui status.....	4-2
4.2 <i>Do</i> (Kerjakan).....	4-3
4.2.1 Tampilan Awal Halaman <i>Marketplace</i>	4-4
4.2.2 Tampilan Halaman Profil <i>Facebook Marketplace</i>	4-4
4.2.3 Tampilan Halaman Penjualan di <i>Facebook Marketplace</i>	4-5
4.2.4 Tampilan Halaman Pembayaran di <i>Facebook Marketplace</i>	4-6
4.2.5 Tampilan Halaman Produk yang akan dijual di <i>Facebook Marketplace</i>	4-8
4.3 <i>Check</i> (Evaluasi)	4-8
4.4 <i>Act</i> (Menindaklanjuti)	4-8
BAB 5 PENUTUP	5-1
5.1 Kesimpulan Tugas Akhir.....	5-1
5.2 Saran	5-1
DAFTAR PUSAKA	

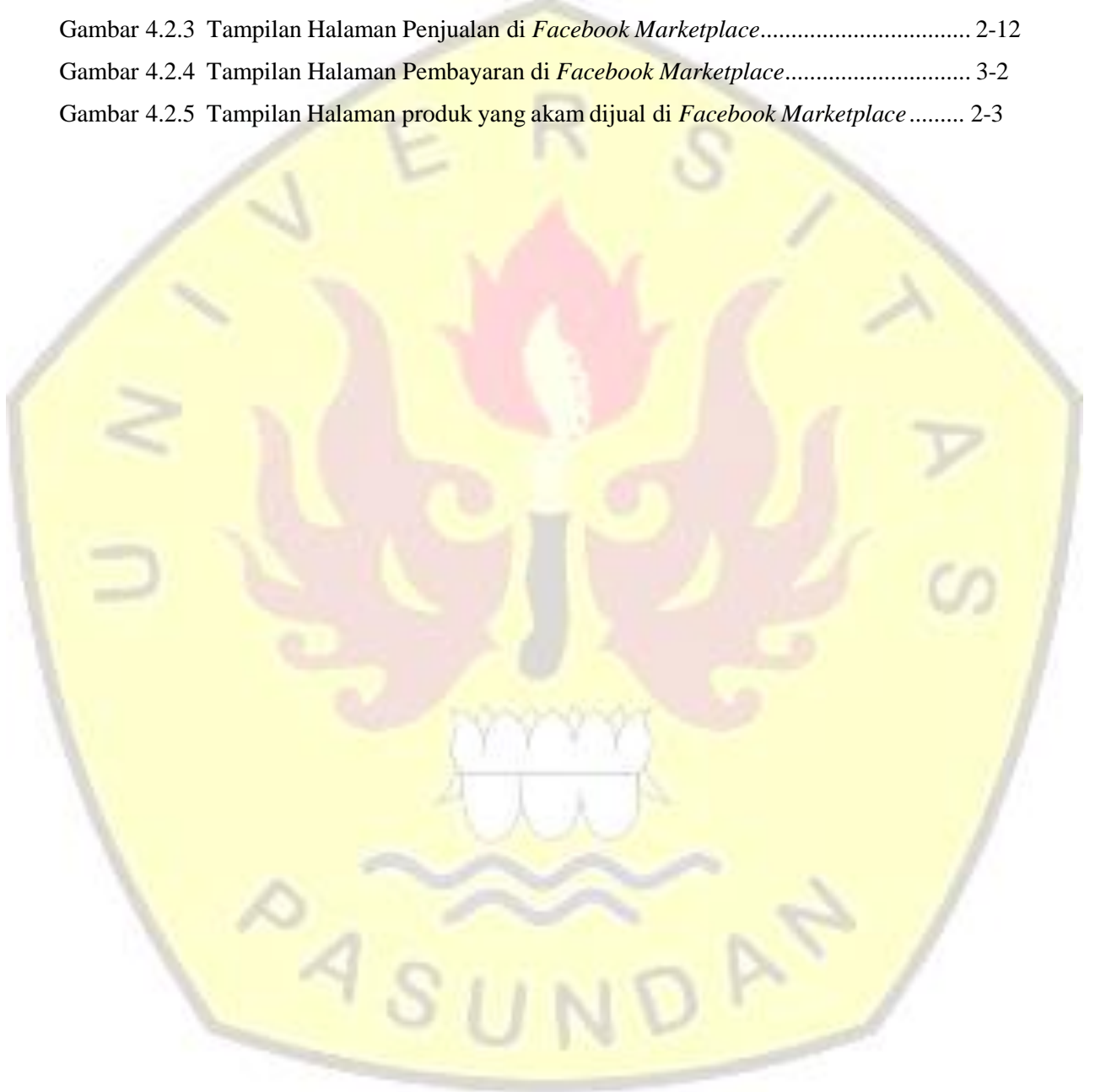
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	2-10
Tabel 3.2 Metode Fisbone Sebab Akibat	3-1
Tabel 3.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	3-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7 Konsep <i>PDCA</i>	2-10
Gambar 4.1.2 Tampilan Penjualan Langsung melalui Status <i>Facebook</i>	2-11
Gambar 4.2.1 Tampilan Awal Halaman <i>Facebook Marketplace</i>	2-11
Gambar 4.2.2 Tampilan Profil <i>Facebook Marketplace</i>	2-12
Gambar 4.2.3 Tampilan Halaman Penjualan di <i>Facebook Marketplace</i>	2-12
Gambar 4.2.4 Tampilan Halaman Pembayaran di <i>Facebook Marketplace</i>	3-2
Gambar 4.2.5 Tampilan Halaman produk yang akan dijual di <i>Facebook Marketplace</i>	2-3



DAFTAR ISTILAH

No.	Istilah	Istilah Indonesia
1.	<i>Craft</i>	kekuatan atau energi yang mengandung arti lain yakni membuat sesuatu atau mengerjakan yang dikaitkan dengan keterampilan.
2.	<i>Readiness</i>	keseluruhan kondisi seseorang yang membuatnya siap untuk memberi respon atau jawaban tertentu terhadapap situasi tertentu
3.	<i>Plan</i>	berupa daftar ketetapan tentang langkah tindakan pada masa depan menyangkut kegiatan apa, siapa pelaksananya, di mana, kapan jadwalnya dan berapa sumber daya yang akan digunakan, serta berbagai keterangan mengenai tolak ukurnya, dalam rangka mencapai hasil.
4.	<i>Do</i>	melaksanakan rencana yang telah disusun sebelumnya dan memantau proses pelaksanaan dalam skala kecil (proyek uji coba).Mengacu pada penerapan dan pelaksanaan aktivitas yang direncanakan
5.	<i>Act</i>	melakukan evaluasi total terhadap hasil rencana dan proses dan menindak lanjti dengan perbaikan-perbaikan
6.	<i>Check</i>	memantau dan mengevaluasi proses, hasil terhadap sasaran , spesifikasi dan melaporkan hasilnya
7.	<i>Marketplace</i>	tempat penjual dan pembeli bertransaksi secara online
8.	<i>Direct sale</i>	penjualan secara langsung
9.	<i>Awareness</i>	suatu kesadaran diukur melalui pemahaman yang tajam tentang struktur pelayanan, teknologi, persyaratan, manfaat dan ancaman sebagai serta perkiraan tren masa depan dan dampaknya
10.	<i>Governance</i>	merupakan suatu institusi sebagai model taktis dan strategis organisasi dimasukkan untuk memantau kegiatan mereka dan inisiatif e-commerce.
11.	<i>E-commerce</i>	aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya.
12.	<i>User generated content (UGC)</i>	Konten oleh pengguna di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.....	1
Lampiran B.....	11
Lampiran C.....	111
Lampiran D.....	V

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan umum mengenai tugas akhir tentang Kesiapan Lintang Craft dalam Penjualan Kerajinan Tangan dengan memanfaatkan Media sosial *Facebook*. Di dalamnya terdiri dari Latar belakang, Identifikasi Masalah, Tujuan Tugas Akhir, Lingkup Tugas Akhir, Metodologi Tugas Akhir.

1.1 Latar Belakang

Lintang Kinnan *Craft* adalah Suatu Jenis Usaha kecil menengah di bidang Kerajinan Tangan ,di samping itu lintang craft memiliki persoalan untuk memasarkan dan menjual produk-produknya ,saat ini lintang craft hanya menggunakan whatstap sebagai media nya jadi produk yang di pasarkan dan dijual kurang maksimal.saat ini lintang craft ingin mencoba memasarkanya lewat media sosial lain yaitu *facebook*.

Facebook adalah salah satu situs pertemanan yang digemari banyak orang dan paling ngetren sejak dari dulu hingga saat ini, dari segi sosial *facebook* sangat bermanfaat untuk menjalin hubungan pertemanan, baik teman baru maupun teman lama. *facebook* juga memiliki manfaat yang lain yakni *facebook* bisa dijadikan sarana atau media mempromosikan produk-produk yang kita miliki (Dedik Kurniawan.Java Creativity, 2010)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka permasalahan yang dimunculkan pada tugas akhir ini adalah mengetahui tingkat kesiapan lintang *craft* dalam meningkatkan penjualan kerajinan tangan dengan memanfaatkan media sosial *facebook*.

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah :

Mengetahui dan mendapat kesimpulan dari tingkat kesiapan lintang craft dalam penjualan kerajinan tangan dengan memanfaatkan media sosial *facebook*.
Merancang akun fanpage untuk penjualan di *facebook marketplace*

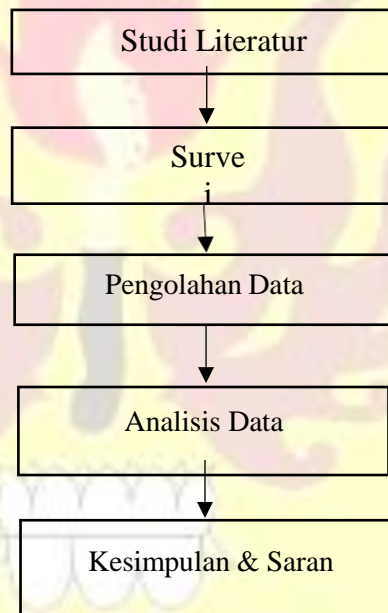
1.4 Lingkup Tugas Akhir

Penyelesaian Tugas Akhir dibatasi sebagai berikut :

1. Kasus yang dijadikan fokus penelitian di toko Lintang craft berlokasi Perum bmi kecamatan cikampek,kabupaten karawang.
2. Penelitian ini hanya sampai mendapatkan kesimpulan tingkat kesiapan Lintang craft dalam meningkatkan penjualan kerajinan tangan dengan memanfaatkan media sosial facebook dengan merancang akun fanpage untuk *facebook marketplace*

1.5 Metodologi Pelaksanaan Tugas Akhir

Dalam Penulisan Penelitian ini penulis menggunakan metodologi sebagai berikut :



Gambar 1.1 Metodologi Pelaksanaan Tugas Akhir.

1. Studi Literatur

Studi Literatur adalah mengumpulkan dan menganalisis informasi yang terkait kesiapan lintang craft dalam penjualan dengan memanfaatkan media sosial facebook metode yang digunakan, dan informasi yang dikumpulkan bersumber dari buku,jurnaldan hasil.

penelitian terdahulu.

2. Pengumpulan Data

pengumpulan data (survei) yang dilakukan dengan cara, yaitu:

a. Dokumentasi

Pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik dari lembaga/institusi. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

3 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan untuk memeriksa kelayakan data yang telah diperoleh dari studi literatur dan hasil pengumpulan data melalui dokumentasi dan observasi terkait kesiapan lintang craft dalam penjualan dengan memanfaatkan media sosial facebook.

4. Analisis

Analisis dilakukan untuk mencari dan menyusun secara terstruktur data yang telah diolah menjadi informasi yang mudah dipahami dan menjawab masalah-masalah terkait kesiapan lintang craft dalam penjualan dengan memanfaatkan media sosial facebook.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dilakukan untuk menyimpulkan segala sesuatu dari hasil analisis, seberapa siap kesiapan lintang craft dalam penjualan dengan menggunakan media sosial facebook

1.6. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Laporan tugas akhir dibuat untuk mendokumentasikan pengerjaan tugas akhir. Maka dari itu, diusulkan sistematika penulisan yang menjelaskan mengenai bab-bab pada laporan tugas akhir beserta isinya secara rinci, serta keterkaitan antara bab sebelum dan sesudahnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan umum mengenai usulan penelitian yang dilakukan dalam pengerjaan kerja praktek. Di dalamnya berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, lingkup tugas akhir, metodologi pengerjaan tugas akhir, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir

BAB 2. LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini berisi definisi, teori, dan konsep-konsep dasar yang digunakan untuk dasar pemikiran penelitian tugas akhir. Di dalam bab ini dikemukakan hasil-hasil penelitian terdahulu yang terdapat pada buku-buku teks, artikel, dan jurnal-jurnal terkait yang relevan sebagai referensi pengerjaan tugas akhir.



BAB 3. SKEMA PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai penjelasan alur penyelesaian tugas akhir, peta analisis, relevansi solusi tugas akhir, kerangka pemikiran teoritis, profil tempat penelitian dan objek penelitian.

BAB 4. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan proses awal perancangan sistem informasi yang terdiri dari analisis dan perancangan. Proses analisis terdiri dari pendefinisian perangkat lunak, pendefinisian kebutuhan yang harus dipenuhi perangkat lunak, dan analisis terhadap kebutuhan dengan menggunakan pemodelan spesifikasi kebutuhan dan pemodelan kebutuhan. Sedangkan proses perancangan perangkat lunak terdiri dari perancangan arsitektur, perancangan antarmuka, dan perancangan data.

BAB 5. PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari keseluruhan tugas akhir dalam bentuk paragraf serta saran yang dapat menjadi acuan dalam penelitian atau pengembangan selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- [AND12] Andi,Prastow “Metode Penelitian Kualitatif dalam prespektif rancangan penelitian”2012
- [AIN17] Aini ,Nur Ulfah Ningrum “Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya”2012
- [BAS01] Basu ,Swasth “Manajemen Penjualan Edisi Ketiga”2001
- [FAN08] Fandy ,Tjiptono dkk ”Pemasaran startegi”2008
- [HAN16] Hanafi,Muhammad “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Faceboook Terhadap Motivasi Belajar Siswa FISIP Universitas Riau”2016
- [HID09] Hidayat,Taufik “Lebih Dekat dengan Facebook”2009
- [HND20] Hendra,Poerwanto G “Plan-Do-Check-Act (PDCA),” <https://sites.google.com>.
[Online].<https://sites.google.com/site/kelolakualitas/PDCA>. [Diakses: 26-Jan-2020].
- [HE116] Helianthusfiri,jeffrely “Facebook Marketing”2016.
- [MAF19] Mafiroh,Fauziah “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisatagenilangit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Taman Wisata Geni Langit,”2020
- [MAM15] Mamik,“Metodologi Kualitatif ”2015
- [MAR20] Mardawani,“Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Prepektif ”2020
- [MOH13] Moh. Nazir,“Metode Penelitian”2013
- [NIW20] Ni Wayan, Novi Budiasni “Darma, Corporate Social Responsibility Ekonomi”2020
- [NAF09] M. Nafarin, “Penganggaran Perusahaan”2009
- [SAD06] Sadono Sukirno, dkk “Pengantar Bisnis”2006
- [SYAF20] Syafira ,Dwi Soniansi Tingkat Kesiapan E-readiness internal kelompok taniprovinsijawa barat dalam menerapkan penggunaan E-commerce tokot tani indonesia,JPSB Vol.8 No.1,2020
- [SYO13] Syofian ,Siregar “Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama”2013
- [TRI20] Tri ,Rachmadi “10 Tips Jago Facebook Ads”2020