

55 /S1/KTP/AGUSTUS/ 2024

**PELATIHAN *SOCIAL NETWORKING SERVICES* (SNS) DALAM
AKTIVITAS *E-COMMERCE*
(Untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Karang Taruna Sadang
Serang Coblom RT 03 RW 12)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Teknologi Pendidikan



Oleh:

Fahmi Fauzi Rahman

NIM 1704359

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PENDIDIKAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN
FAHMI FAUZI RAHMAN
PENGGUNAAN SOCIAL NETWORKING SERVICES (SNS) BERBASIS E-
COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I :



Hj. Ellina Rienovita, MT., Ph.D
NIP. 197511162008012009

Pembimbing II :



R. NADIA HANOUM, M.Pd
NIP. 198210162010122003

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknologi Pendidikan



Dr. Laksmi Dewi, M.Pd
NIP. 197706132001122001

**LEMBAR HAK CIPTA
TENTANG KEASLIAN SKRIPSI DAN PERNYATAAN
BEBAS PLAGIARISME**

**PELATIHAN *SOCIAL NETWORKING SERVICES* (SNS) DALAM
AKTIVITAS *E-COMMERCE*
(Untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Karang Taruna Sadang
Serang Cobleng RT 03 RW 12)**

Oleh
Fahmi Fauzi Rahman

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ilmu Pendidikan Departemen Teknologi
Pendidikan



©Fahmi Fauzi Rahman 2024
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, Dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

Fahmi Fauzi Rahman, 2024
*PELATIHAN SOCIAL NETWORKING SERVICES (SNS) DALAM AKTIVITAS E-COMMERCE : UNTUK
MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA KARANG TARUNA SADANG SERANG RT 03 RW 12*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PELATIHAN *SOCIAL NETWORKING SERVICES* (SNS) DALAM AKTIVITAS *E-COMMERCE*

FAHMI FAUZI RAHMAN

1704359

fahmifauzirahman@upi.edu

ABSTRAK

Social Networking Services (SNS) dapat didefinisikan sebagai platform *online* yang digunakan untuk menciptakan hubungan antarpribadi. SNS memungkinkan pengguna untuk melakukan keterlibatan jaringan, seperti mengirim email, membalas pesan instan, melakukan komentar online, mengembangkan wiki, blog, gambar digital, dan video. Platform *online* yang termasuk dalam SNS yaitu seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan media sosial lain termasuk platform belanja online (*shopee*) yang didalamnya para pengguna dapat berinteraksi secara tidak langsung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan berwirausaha melalui penggunaan *Social Networking Services* (SNS) berbasis *e-commerce*. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen termasuk dalam kategori pre eksperimen. Desain yang diterapkan adalah "*one group pretest-posttest*", dimana menggunakan satu kelompok saja. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini masyarakat yang tergabung dalam anggota Karang Taruna Kelurahan Sadangserang Kecamatan Coblong Rt 06 Rw 13 dan memiliki undangan untuk mengikuti pelatihan berwirausaha. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan tes. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik persentase yang dibantu dengan perangkat lunak *IBM SPSSs Statistic* versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *t* hitung sebesar $5.896 > 1.746$ (*t* tabel) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Terdapat pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan SNS berbasis *e-commerce* terhadap kemampuan berwirausaha padaranah teknis dan konseptual anggota Karang Taruna Kelurahan Sadangserang Kecamatan Coblong.

Kata Kunci: E-commerce, Kemampuan Berwirausaha, Social Networking Services (SNS)

***SOCIAL NETWORKING SERVICES (SNS) TRAINING IN E-COMMERCE
ACTIVITIES***

FAHMI FAUZI RAHMAN

1704359

fahmifauzirahman@upi.edu

ABSTRACT

Social Networking Services (SNS) can be defined as online platforms used to create interpersonal relationships. SNS enable users to engage in network engagement, such as sending emails, replying to instant messages, making online comments, developing wikis, blogs, digital images, and videos. Online platforms included in SNS include Instagram, Tiktok, Facebook and other social media including online shopping platforms (Shopee) where users can interact indirectly. The aim of this research is to determine entrepreneurial abilities through the use of e-commerce based Social Networking Services (SNS). The method applied in this research is the experimental method, included in the pre-experimental category. The design applied was "one group pretest-posttest", which used only one group. The sampling technique used in this research used a purposive sampling technique. The samples in this research were people who were members of Karang Taruna, Sadangserang Village, Coblong District, Rt 06 Rw 13 and had an invitation to take part in entrepreneurship training. Data collection techniques using questionnaires and tests. The data analysis technique used is quantitative descriptive with percentage techniques assisted by IBM SPSS Statistics version 26 software. The results of the research show that the calculated t value is $5,896 > 1,746$ (t table) with a significance value of $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted which means that there is a positive and significant influence of the use of e-commerce-based SNS on the entrepreneurial abilities of the technical and conceptual areas of Karang Taruna members, Sadangserang Village, Coblong District.

Keywords: *E-commerce, Entrepreneurial Ability, Social Networking Services (SNS)*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Media.....	7
2.1.1 Pengertian Media.....	7
2.1.2 Jenis-Jenis Media.....	8
2.2 Social Networking Services (SNS).....	9
2.2.3 Komponen dalam <i>Social Networking Services</i> (SNS).....	11
2.2.4 Manfaat <i>Social Networking Services</i> (SNS).....	13

Fahmi Fauzi Rahman, 2024
**PELATIHAN SOCIAL NETWORKING SERVICES (SNS) DALAM AKTIVITAS E-COMMERCE : UNTUK
MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRSAUSAHA KARANG TARUNA SADANG SERANG RT 03 RW 12**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.3	<i>E-commerce</i>	16
2.3.1	Pengertian <i>E-commerce</i>	16
2.3.2	Model Transaksi <i>E-commerce</i>	16
2.3.3	Konsep Transaksi Melalui <i>E-commerce</i>	17
2.4	Kemampuan Berwirausaha.....	18
2.4.1	Pengertian Kemampuan Berwirausaha.....	18
2.4.2	Indikator Kemampuan Berwirausaha.....	19
2.4.3	Fungsi dan Peran Wirausaha.....	19
2.4.4	Modal Wirausaha.....	20
2.4.5	Karakteristik Wirausaha.....	20
2.4.6	Ciri-ciri wirausahawan.....	21
2.4.7	Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan.....	22
2.4.8	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha.....	23
2.5	Pelatihan.....	24
2.5.1	Pengertian Pelatihan.....	24
2.5.2	Tujuan dan Manfaat Pelatihan.....	24
2.6	Prinsip-Prinsip Pelatihan.....	27
2.6.1	Jenis Pelatihan.....	29
2.7	Penelitian Relevan.....	32
2.8	Kerangka Berpikir.....	33
2.9	Hipotesis Penelitian.....	34
	BAB III.....	36
	METODE PENELITIAN.....	36
3.1	Pendekatan.....	36
3.2	Metode Penelitian.....	36

Fahmi Fauzi Rahman, 2024
**PELATIHAN SOCIAL NETWORKING SERVICES (SNS) DALAM AKTIVITAS E-COMMERCE : UNTUK
MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRSAUSAHA KARANG TARUNA SADANG SERANG RT 03 RW 12**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.3	Desain Pelatihan.....	38
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.5	Instrumen Penelitian.....	40
3.5.1	Angket.....	40
3.5.2	Tes.....	41
3.6	Pengembangan Instrumen.....	41
3.6.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	42
3.8	Uji Normalitas.....	42
3.9	Uji Homogenitas.....	43
3.10	Uji Hipotesis.....	43
3.11	Uji Wilcoxon.....	44
BAB IV.....		45
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Temuan.....	45
4.1.1	Tahapan Berjualan di <i>E-commerce</i>	45
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	55
4.2	Uji Normalitas.....	57
4.3	Uji Homogenitas.....	57
4.4	Uji Hipotesis.....	58
4.4.1	Kemampuan Berwirausaha Ranah Teknis dan Konseptual.....	58
4.4.2	Kemampuan Berwirausaha Ranah Kemampuan Khusus.....	59
4.5	Pembahasan Temuan.....	59

BAB V.....	64
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Implikasi.....	64
5.3 Rekomendasi.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	36
Tabel 3. 1 Desain Time Series	40
Tabel 3. 2 Silabus Pelatihan	42
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi	46
Tabel 4. 1 Menyerahkan Pesanan saat menjadwalkan Pick up	57
Tabel 4. 2 Menyerahkan Pesanan saat menyiapkan Paket	58
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif	59
Tabel 4. 4 Uji Normalitas	61
Tabel 4. 5 Uji Homogenitas	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Paired Samples t-test	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Wiiiixon	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4. 1 Membuat Akun	49
Gambar 4. 2 Mengunggah Produk	51
Gambar 4. 3 Mengiklankan Produk	52
Gambar 4. 4 Tata Cara Pengemasan Produk	52
Gambar 4. 5 Data Proses Cetak Resi	54
Gambar 4. 6 Penyerahan Ke Kurir	56
Gambar 4. 7 Menyerahkan Pesanan ke Jasa Kirim	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kisi-Kisi dan Instrumen Angket Kemampuan Berwirausaha Ranah Khusus).....	72
Lampiran 2: Kisi-Kisi dan Instrumen Tes Kemampuan Berwirausaha Ranah Konseptual dan Teknis	75
Lampiran 3: Lembar Expert Judgement	80
Lampiran 4: Validasi Expert Judgment	82
Lampiran 5: Tabulasi	99

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C. (2013). *E-Business & E-commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-10.
- Astiti, Y. W. (2014). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Billah, M. (2010). *Islamic E-commerce Terapan*, Terjemahan oleh Ahmad Dumyathi Bashori. Malaysia: Sweet& Maxwell Asia.
- Gintings, A. (2011). *Esensi Praktis Manajemen Pendidikan dan Pelatihan*. Bandung: Penerbit Anggota IKAPI
- Mata, F. J., & Quesada, A. (2014). Web 2.0, social networks and *e-commerce* as marketing tools. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 9(1), 56-69.
- Mursalat, A., Irwan, M., Razak, M. R. R., & Asra, R. (2022). Pemberdayaan Panti Asuhan melalui *E-commerce* sebagai Media Bisnis untuk Menunjang Kreativitas dan Kemandirian Berwirausaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1228-1238.
- Nathanael, L. (2023). Persepsi Peserta Didik Terhadap Implementasi Kurikulum Merdeka Pada Siswa Kelas Xii Sman 93 Jakarta (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Onno W. P. & Wahyudi, A. A. (2001). *Mengenal E-commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pandiangan, N. (2021). Pelatihan *E-commerce* (Shopee) Kepada Mama-Mama Penjual Noken Di Distrik Sota. *Abdi Reksa*, 2(2), 15-22.
- Rahayu, A., & Baridwan, Z. (2020). The Influence of Sponsored Post Towards The Urge to Buy Implusively on The Information Technology System of TheSocial Media of Instagram. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 11(2), 95. <https://doi.org/10.26740/jaj.v11n2.p95-109>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan EWallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.

- Richter, A., & Koch, M. (2008). Functions of *Social Networking Services*. From *CSCW to Web 2.0: European Developments in Collaborative Design Selected Papers from COOP08*.
- Rusman. (2021). *Manajemen Kurikulum Pendidikan dan Pelatihan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Sanusi, A. M. (2005). *Hukum Teknologi Dan Informasi*. Jakarta: Tim Kemas Buku.
- Sapriyah, S. (2019, May). Media Pembelajaran dalam Proses Belajar Mengajar. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol. 2, No. 1, pp. 470-477).
- Seprina, I., Suroyo, H., & Komalasari, D. (2018). Pengaruh Efektivitas Penggunaan *E-commerce* Pada Peningkatan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK Bina Jaya Palembang. *JUST IT: Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komputer*, 8(2), 90-96.
- Suganthi, M. R., & Prabha, K (2017). *Internet based Social Networking Services*. *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 5(12), 107-109.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabet.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Seol, J., Kim, S., Park, S., Lim, H., Na, H., Park, E., ... & Lee, S. G. (2023). Technologies for AI-Driven fashion social networking service with *E-commerce*. In *Semantic Intelligence: Select Proceedings of ISIC 2022* (pp. 187-204). Singapore: Springer Nature Singapore
- Susilana, r., & Riyana, C. (2008). *Media Pembelajaran*. Bandung: CV. Wacana Prima.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal* 4, no. 1: 41-47.
- Sunarto, A. (2009). *Seluk Beluk E-commerce*. Yogyakarta: Garaiilmu.
- Tangkary, S. (2019). Pertumbuhan *E-commerce* Indonesia. 28-. https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-ecommerce-indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media
- Thian, A. (2021). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: CVAlfabeta

- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170.
- Wijayanti, N. W. E., Putri, N. W. S., Suryana, I. G. P. E., Suryati, K., Kartini, K. S., Wardika, I. W. G., & Krisna, E. D. (2021). Pelatihan bisnis online menggunakan aplikasi shopee. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(1), 206-215.
- Zulkifli, N., N, N., & Ferdiansyah, H. (2021). Efektifitas Media Pembelajaran Daring di masa Pandemi Covid-19. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 71-77.