

**PENGEMBANGAN MEDIA *E-COMMERCE* SEBAGAI FASILITAS
BERWIRUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNOLOGI
AGROINDUSTRI UPI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi
Pendidikan Teknologi Agroindustri



Oleh :

Tiara Annisa

NIM 1601268

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI AGROINDUSTRI
FAKULTAS PENDIDIKAN TEKNOLOGI DAN KEJURUAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

**PENGEMBANGAN MEDIA *E-COMMERCE* SEBAGAI FASILITAS
BERWIRUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNOLOGI
AGROINDUSTRI UPI**

Oleh:

Tiara Annisa

NIM 1601268

Skripsi diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan

© Tiara Annisa

Universitas Pendidikan Indonesia

2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

TIARA ANNISA

**PENGEMBANGAN MEDIA *E-COMMERCE* SEBAGAI FASILITAS
BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNOLOGI
AGROINDUSTRI UPI**

disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Dr. Yatti Sugiarti, MP
NIP. 196312071993032001

Pembimbing II



Dwi Lestari Rahayu, S.T.P., M.Si.
NIP. 198212222015042002

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri
Fakultas Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Yatti Sugiarti, M.P.
NIP. 196812071993032001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan Media *E-commerce* Sebagai Fasilitas Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Teknologi Agroindustri UPI” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau diklaim oleh pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,

Tiara Annisa

1601268

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Rabb semesta alam yang telah melimpahkan kasih sayang, perlindungan, dan pertolongan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengembangan Media *E-commerce* Sebagai Fasilitas Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Teknologi Agroindustri UPI” ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada petunjuk jalan kebenaran dan suri tauladan kita Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wa Sallam, keluarga, dan sahabat-sahabatnya sampai datangnya akhir zaman. Penelitian ini diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Universitas Pendidikan Indonesia

Penyelesaian penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dorongan, semangat, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Yatti Sugiarti, M.P. sebagai dosen pembimbing I skripsi dan ketua prodi Program Studi Agroindustri UPI yang tidak pernah lelah memberikan dorongan, semangat, dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
2. Dwi Lestari Rahayu, S.T.P., M.Si. sebagai dosen pembimbing II skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran, perasaan, dan tenaganya. Yang begitu sabar membimbing, memberikan arahan, saran, motivasi, semangat dan dukungan untuk penulis dari awal hingga akhir.
3. Dr. Sri Handayani, M.Pd sebagai dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Dewi Nur Azizah, S.TP., MP sebagai dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan

- skripsi ini.
5. Situ Mujdalipah, S.TP., M.Si sebagai dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan skripsi ini.
 6. Mustika N.H., S.T.P., M.Pd sebagai dosen pembimbing Akademik yang selalu memperhatikan dan dan memberikan saran selama perkuliahan
 7. Kedua orangtua, ayahanda tercinta Freddy Maidman dan ibunda tercinta Noor Rostika atas dukungan perjuangan terbaik yang diberikan untuk penulis. Untuk doa yang tak pernah putus, materil sejak dilahirkan, ketulusan, dorongan, harapan dan kasih sayang yang tak terbatas untuk penulis. Semoga semua perjuangan kalian tidak sia-sia. Aku menyanyangi kalian.
 8. Saudara-saudari Friska Novita Maidman dan Andi Ardimas yang selalu memberikan doa, menawarkan hiburan, mengulurkan bantuan, semangat dan kasih sayang yang luar biasa untuk penulis.
 9. Sahabat-sahabat tercinta, Diva Julia Fahriza, Graha Ayu Amelia, Intan Suci, dan Levina Devi Sawaswati untuk selalu ada berbagi suka dan duka, menjadi pendengar yang baik, memberi sandaran, semangat dan banuan terhadap penulis. Kalian yang membuat hidup menjadi lebih berwarna. Terimakasih telah menerima diri ini seutuhnya. Semoga tali silaturahmi kita tetap terjaga dan semoga kesuksesan dan kebahagiaan dunia akhirat untukmu.
 10. Muhammad Daffa Fathur Rahman, yang telah sangat membantu dalam pembuatan skripsi ini. Menjadi tempat berkeluh kesah, memecahkan masalah, dan tak pernah lelah untuk mendengar dan memberi masukan. Terimakasih untuk selalu ada di setiap momen dari remaja hingga kini beranjak dewasa. Jasamu abadi.
 11. Ilham Saputra yang telah begitu teguh dan sabar mendorong dan membantu dengan segenap tenaga hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk selalu ada disetiap langkah perjuangan. Mengorbankan waktu, tenaga, dan perasaannya. Anda menjadi alasan untuk tetap bertahan

sampai sejauh ini. Terimakasih untuk segalanya.

12. Sahabat-sahabat mahasiswa Pendidikan Teknologi Agroindustri yang telah memberikan pengalaman berharga selama berkuliah. Berbagi ilmu, semangat, motivasi, dan dukungan. Bersama mereka, penulis merasa dapat menjadi dirinya sendiri. Semoga masa depan yang cerah menanti kita semua.
13. Sahabat-sahabat KKN Laksanamekar 2 yang telah berbagi banyak cerita dan pengalaman dari awal bertemu hingga kini. Terimakasih selalu hadir ketika diri ini butuh. Semoga selalu menjadi keluarga yang utuh, dimanapun kita berada nanti semoga silaturahmi selalu terjalin. Sungguh kalian berharga.
14. Pihak-pihak lain yang turut andil dalam proses penulisan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan seluruh namanya.
15. Tiara Annisa yang telah bekerja keras selama ini. Terimakasih untuk kembali bangkit di penghujung akhir cerita dan berjuang sekuat tenaga mengejar ketinggalan. Terimakasih telah mewujudkan cita-citamu di masa perkuliahan. Semoga masa depan yang cerah untukmu, dimudahkan disetiap langkahmu. Semoga semangatmu tak redup lagi, sebaliknya semakin membara. Berbahagialah, aku bangga padamu.

Jazakumullahu khairan katsiran. Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada penelitian ini. Penulis mengharapkan adanya masukan, kritik, dan saran yang membangun agar menjadi sebuah karya yang lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkannya dan terdapat pengembangan ilmu dan penerapan teknologi khususnya bagi Pendidikan Teknologi Agroindustri, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Agustus 2020

Penulis

**PENGEMBANGAN MEDIA *E-COMMERCE* SEBAGAI FASILITAS
BERWIRUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNOLOGI
AGROINDUSTRI UPI**

Tiara Annisa (1601268)

ABSTRAK

Mahasiswa selain dapat bekerja dengan bidang ilmu yang diampunya, juga diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri. Mahasiswa membutuhkan suatu media sebagai fasilitas berwirausaha yang dapat mengikuti perkembangan zaman dan menyesuaikan kondisi saat ini agar dapat bersaing. Tujuan penelitian ini yaitu mengembangkan media *e-commerce* sebagai fasilitas berwirausaha mahasiswa Pendidikan Teknologi Agroindustri UPI dan mengetahui kelayakan media *e-commerce* yang dikembangkan. Media *e-commerce* yang dikembangkan pada penelitian ini menggunakan metode *waterfall*. Data respon penggunaan media *e-commerce* yang dikembangkan diperoleh melalui responden yang dipilih dengan *purposive sampling*. Responden pada penelitian ini terdiri dari responden mahasiswa sebagai penjual dan responden sebagai pembeli. Validasi ahli dilakukan oleh praktisi di bidang IT sebagai validator fungsi media *e-commerce* yang dikembangkan dan praktisi di bidang pemasaran sebagai validator fungsi pemasaran *e-commerce* yang dikembangkan. Hasil uji kelayakan oleh validator praktisi IT dan bidang pemasaran menunjukkan bahwa media *e-commerce* yang dikembangkan termasuk dalam kategori “layak”. Responden sebagai penjual menunjukkan bahwa media *e-commerce* yang dikembangkan dinilai “layak”, sedangkan berdasarkan responden sebagai pembeli dinilai “sangat layak”.

Kata kunci : *e-commerce*, mahasiswa, media pemasaran, wirausaha

ABSTRACT

In addition to being able to work with the field of science that they have, students are also expected to be educated young entrepreneurs who are able to start their own businesses. Students need a medium as an entrepreneurial facility that can keep up with the times and adjust the current conditions in order to compete. The purpose of this research is to develop e-commerce media as an entrepreneurial facility of Agroindustrial Technology of Education UPI students and to know the feasibility of e-commerce media developed. E-commerce media developed in this study using waterfall method. The e-commerce media usage response data developed was obtained through selected respondents with purposive sampling. Respondents in this study consisted of student respondents as sellers and respondents as buyers. Expert validation is carried out by practitioners in the field of IT as validators of developed e-commerce media functions and practitioners in the field of marketing as validators of developed e-commerce marketing functions. Due diligence results by IT practitioner validators and marketing fields show that developed e-commerce media is in the "viable" category. Student respondents to the seller pointed out that the e-commerce media developed was rated "feasible", while based on the user response the buyer group was rated "highly viable".

Keywords: Student, e-commerce, enterpreneur, marketing media

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| SURAT PERNYATAAN | i |
| UCAPAN TERIMAKASIH | ii |
| ABSTRAK..... | v |
| DAFTAR ISI | 1 |
| DAFTAR TABEL | 4 |
| DAFTAR GAMBAR..... | 5 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 6 |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 7 |
| 1.1 Pendahuluan | 7 |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Struktur Organisasi Penelitian | 11 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1 Kewirausahaan | 13 |
| 2.2 Pemasaran | 14 |
| 2.2.1 Bauran Pemasaran | 15 |
| 2.2.2 Media Pemasaran | 15 |
| 2.3 <i>E-commerce</i> | 17 |
| 2.3.1 Komponen Penyusunan <i>E-commerce</i> | 17 |
| 2.3.2 Jenis-jenis Transaksi <i>E-commerce</i> | 18 |
| 2.3.3 Proses Transaksi <i>E-commerce</i> | 20 |
| 2.3.4 Keuntungan <i>E-commerce</i> | 22 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.5 Kekurangan <i>E-commerce</i> | 23 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu | 23 |
| 2.5 Posisi Penelitian | 24 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 26 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 26 |
| 3.2 Partisipan..... | 26 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 26 |
| 3.4 Instrumen Penelitian | 28 |
| 3.4.1 Kisi-Kisi Validasi Praktisi Bidang IT | 28 |
| 3.4.2 Kisi-Kisi Validasi Praktisi pemasaran..... | 29 |
| 3.4.3 Kisi-Kisi Lembar Kuisioner | 30 |
| 3.5 Prosedur Penelitian | 31 |
| 3.6 Analisis Data | 34 |
| BAB 4 TEMUAN DAN PEMBAHASAN..... | 38 |
| 4.1 Temuan..... | 38 |
| 4.1.1 Analisis Persyaratan (<i>Requirement Analysis</i>) | 38 |
| 4.1.2 Analisis Konten <i>E-commerce</i> | 39 |
| 4.1.3 Sistem Desain (<i>Design System</i>)..... | 42 |
| 4.1.4 Implementasi (<i>Implementation</i>)..... | 43 |
| 4.1.5 Integrasi dan Pengujian (<i>Integration and Testing</i>)..... | 53 |
| 4.1.6 Penyebaran Sistem (<i>Deployment of System</i>)..... | 63 |
| 4.1.7 Perawatan (<i>Maintenance</i>)..... | 65 |
| 4.2 Pembahasan..... | 69 |
| 4.2.1 Analisis Kebutuhan (<i>Requirement Analysis</i>)..... | 69 |
| 4.2.2 Analisis Perangkat Keras (<i>Hardware</i>) | 69 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2.3 Analisis Perangkat Lunak (Software) | 70 |
| 4.2.4 Analisis Konten Media <i>E-commerce</i> | 71 |
| 4.2.5 Desain Sistem (<i>System Design</i>)..... | 72 |
| 4.2.6 Implementasi (<i>Implementation</i>) | 73 |
| 4.2.7 Integrasi dan Pengujian (<i>Integration and Testing</i>) | 73 |
| 4.2.8 Penyebaran Sistem (<i>Deployment of System</i>) | 78 |
| 4.2.9 Perawatan (<i>Maintenance</i>)..... | 86 |
| BAB 5 SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN | 87 |
| 5.1 Simpulan | 87 |
| 5.2 Implikasi..... | 87 |
| 5.3 Rekomendasi..... | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 89 |
| LAMPIRAN | 94 |
| Lampiran 1. <i>Flowchart</i> | 94 |
| Lampiran 2. <i>Storyboard</i> | 95 |
| Lampiran 3. Instrumen Penilaian Praktisi IT | 103 |
| Lampiran 4. Instrumen Penilaian Praktisi Pemasaran | 106 |
| Lampiran 5. Instrumen Penilaian Penjual | 109 |
| Lampiran 6. Instrumen Penilaian Pembeli..... | 112 |

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Penilaian Praktisi IT | 29 |
| Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penilaian Praktisi pemasaran | 29 |
| Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Lembar Kuisisioner Responden Kelompok Penjual..... | 30 |
| Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Lembar Kuisisioner Responden Kelompok Pembeli | 31 |
| | |
| Tabel 4. 1 Spesifikasi Perangkat Keras | 39 |
| Tabel 4. 2 Spesifikasi Perangkat Lunak | 39 |
| Tabel 4. 3 Informasi Pemesanan..... | 40 |
| Tabel 4. 4 Informasi Pilihan Pengiriman..... | 42 |
| Tabel 4. 5 Hasil Implementasi Media <i>E-commerce</i> untuk Penjual | 44 |
| Tabel 4. 6 Hasil Implementasi Media <i>E-commerce</i> untuk Pembeli | 48 |
| Tabel 4. 7 Informasi Produk | 50 |
| Tabel 4. 8 Hasil Validasi Praktisi IT | 53 |
| Tabel 4. 9 Saran Praktisi IT | 55 |
| Tabel 4. 10 Revisi Media <i>E-commerce</i> Sesuai Saran Praktisi IT | 55 |
| Tabel 4. 11 Hasil Validasi Praktisi pemasaran | 58 |
| Tabel 4. 12 Saran Praktisi pemasaran..... | 61 |
| Tabel 4. 13 Revisi Media Pemasaran Sesuai Saran Validator Praktisi IT..... | 61 |
| Tabel 4. 14 Hasil Angket Responden Sebagai Penjual Media <i>E-commerce</i> | 63 |
| Tabel 4. 15 Hasil Angket Responden Sebagai Pembeli Media <i>E-commerce</i> | 64 |
| Tabel 4. 16 Perbaikan Media <i>E-commerce</i> Sesuai Saran Responden | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 1 Metode Waterfall | 31 |
| Gambar 4. 1 Hasil Validasi Media <i>E-commerce</i> oleh Praktisi IT | 75 |
| Gambar 4. 2 Hasil Validasi Media <i>E-commerce</i> oleh Praktisi Pemasaran..... | 77 |
| Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Respon Sebagai Penjual Media <i>E-commerce</i> | 81 |
| Gambar 4. 4 Hasil Pengujian Respon Sebagai Pembeli <i>E-commerce</i> | 83 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. <i>Flowchart</i> | 94 |
| Lampiran 2. <i>Storyboard</i> | 95 |
| Lampiran 3. Instrumen Penilaian Praktisi IT..... | 103 |
| Lampiran 4. Instrumen Penilaian Praktisi pemasaran | 106 |
| Lampiran 5. Instrumen Penilaian Penjual..... | 109 |
| Lampiran 6. Instrumen Penilaian Pembeli | 112 |
| Lampiran 7. Data Hasil Pengujian Respon Penjual <i>E-commerce</i> | 115 |
| Lampiran 8. Data Hasil Pengujian Respon Pembeli <i>E-commerce</i> | 121 |