

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP  
CAPAIAN PENJUALAN DAN PEMILIHAN VARIASI  
PRODUK TERHADAP INDUSTRI UMKM  
MANUFAKTUR DI INDONESIA DENGAN METODE  
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN DMAIC  
(STUDI KASUS : PENJUALAN UNIT MESIN DI PT.  
KRISBOW INDONESIA)**

Diajukan guna melengkapi sebagian syarat  
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Nama : Adrianus Priyambodo

Nim : 41619110003

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Adrianus Priyambodo

N.I.M : 41619110003

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Judul Tugas Akhir : PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP CAPAIAN PENJUALAN DAN PEMILIHAN VARIASI PRODUK TERHADAP INDUSTRI UMKM MANUFAKTUR DI INDONESIA DENGAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN DMAIC (STUDI KASUS : PENJUALAN UNIT MESIN DI PT. KRISBOW INDONESIA)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Laporan Tugas Akhir yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Mercu Buana. Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

**Penulis,**

**[Adrianus Priyambodo]**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP  
CAPAIAN PENJUALAN DAN PEMILIHAN VARIASI  
PRODUK TERHADAP INDUSTRI UMKM  
MANUFAKTUR DI INDONESIA DENGAN METODE  
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN DMAIC  
(STUDI KASUS : PENJUALAN UNIT MESIN DI PT.  
KRISBOW INDONESIA)**



**Dibuat Oleh:**

Nama : Adrianus Priyambodo

Nim : 41619110003

Program Studi : Teknik Industri

Dosen Pembimbing

Ir. Muhammad Kholil, MT., IPU

Mengetahui

Koordinator Tugas Akhir/Ketua Program Studi Teknik  
Industri

Dr. Alfa Firdaus, MT

iii

## Abstrak

Kasus meningkatnya Covid-19 berpengaruh dalam dunia kesehatan dan ekonomi. Bisnis UMKM di bidang industry manufaktur sangat terdampak akibat kasus pandemi yang terus meningkat. Selain dengan turunnya minat pasar, seiring turunnya tenaga SDM (sumber daya manusia) memaksa pelaku bisnis untuk berperan lebih kreatif dan inovatif. Dalam usahanya PT KRISBOW INDONESIA, memiliki berbagai macam kategori produk yang diwakili oleh masing masing departemen, salah satu tugas departemennya adalah untuk mendatangkan inovasi produk terbaru dan bertanggung jawab akan penjualan. Dalam prosesnya ada ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, baik itu penjualan barangnya dan juga target dari kualitas barang tersebut. Dalam penelitian ini pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan *supervisor* atau *leader* maupun staff marketing dan sales bagian penjualan, serta melakukan pengamatan langsung. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh langsung dari perusahaan yang bersangkutan dan pelaku bisnis. Analisa dilakukan dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* metode DMAIC (*Define, Measure, Analyze, Improve, and Control*) dan *BOSTON CONSULTING GROUP* (BCG Model). Dengan penelitian ini diharapkan perusahaan mampu meningkatkan pangsa pasar yang strategis dan Tingkat penawaran terhadap produk permesinan menarik sehingga, proses penjualan dan penawaran pada produk mempermudah disaat pandemi Covid 19. Dan pasar relatif yang rendah dan bersaing dalam industry yang pertumbuhannya rendah atau tidak tumbuh membuat perusahaan harus mencoba strategi yang baru salah satu strategi yang bisa diterapkan oleh perusahaan yaitu dengan analisa diagram fishbone dengan pendekatan 4P dengan tujuan untuk mempertahankan proses perbaikan, sehingga masalah yang terjadi dimasa lalu tidak akan terjadi lagi atau dapat dioptimalkan untuk meminimalkan efek negative menggunakan pendekatan PLAN-DO-ACT-CONTROL.

Kata Kunci: Covid 19, Variasi, Pasar, Industri

## Abstract

The Increasing case of Covid 19 have an impact for economic business and health. UMKM Business at industry manufacturing is one have an affected to a increasing pandemic case. With decreasing of market interest and human resources, make the business to more compel make an new innovation and creative strategi. PT Krisbow Indonesia have a many variant product and represented by each departement , have a responsibility to sales and develop product. In the process target and provisions have been set by company, like a target sales of product and quality of product. In this research data collection from by conducting direct interview with an supervisor or leaders an incharge for marketing position and staff sales at the field. Also make a observasion direct at the field. This Research used a qualitative and quantitative data type, obtained directly company concerned and business at the fields. The analysis was carried out using Technology Acceptance Model with DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve, Control) approaching and BCG (Boston Consulting Group ) approaching. With this research, author have hope that company will be able to increase their sales, strategic market system and offer more attractive product Machinery. And also to make easier sales and develop product during Pandemic Covid 19. Try new Strategies that can be applied by the company using a fishbone tools with 4P (product, place, price, promo) approaching with the maintain the improvement process, that problem can be reduced and hope will bring more sales. And the last for the keeping the progress this research use a Plan-Do-Act-Control approaching

Keywords: Covid 19, Variant, Market, Industry

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP CAPAIAN PENJUALAN DAN PEMILIHAN VARIASI PRODUK TERHADAP INDUSTRI UMKM MANUFAKTUR DI INDONESIA DENGAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN DMAIC (STUDI KASUS : PENJUALAN UNIT MESIN DI PT. KRISBOW INDONESIA)

Laporan Tugas Akhir ini dibuat guna memenuhi syarat kelulusan sarjana strata satu (S1) pada program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana. Selama melaksanakan penyusunan laporan Tugas Akhir ini, banyak sekali bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak baik moril maupun materil.

Atas bantuan tersebut dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. **Kedua orang tua dan kakak** yang selalu mendukung Penulis selama ini.
2. **Bpk Dr. Alfa Firdaus, M.T**, selaku Koordinator Tugas Akhir Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Mercu Buana
3. **Bapak Ir. M. Kholil, M.T.** selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pelajaran, koreksi, perhatian yang penuh, bimbingan dari segi waktu, tenaga dan pikiran selama pelaksanaan dan penyusunan tugas akhir ini.
4. **Bpk Tan Hadi Purnama Bpk Adrianto Juni dan rekan di perusahaan** yang telah membantu dalam melengkapi data untuk laporan ini serta mengizinkan saya menyelesaikan studi saya di Mercubuana

**5. Dominikus, Oktafiarda, Farid, Haqly, Septia dan Teman teman Reguler 2**  
di Universitas Mercu Buana Meruya yang telah membantu memberikan semangat  
dan kesan yang baik selama masa perkuliahan.

.Jakarta, 31 Juli 2021

Adrianus



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>Abstrak</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Batasan Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II</b> .....	11
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Sistem Pemasaran .....	11
2.2 Bauran pemasaran.....	14
2.3 Produk.....	15
<b>2.5 Pendekatan Metode Strategi pemasaran</b> .....	19
<b>2.6 Penelitian Terdahulu</b> .....	35
2.6 Kerangka Pemikiran:.....	41
<b>BAB III</b> .....	42
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	42
3.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Jenis Data dan Informasi.....	43
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	44
<b>3.4. Metode Pengolahan dan Analisa Data</b> .....	45
3.4.1. Analisis Masalah .....	45
3.4.2 Integrasi Technology Acceptance Model, DMAIC, dan <i>BOSTON CONSULTING GROUP</i> (BCG Model) .....	45
<b>3.6 Langkah-langkah Penelitian</b> .....	50



3.7	Identifikasi Masalah.....	52
<b>BAB IV</b>	.....	<b>56</b>
<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>	.....	<b>56</b>
4.1	Tinjauan Umum Perusahaan.....	56
<b>4.2</b>	<b>Pengumpulan Data</b> .....	<b>61</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Data Hasil Penjualan</b> .....	<b>61</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Waktu Proses</b> .....	<b>65</b>
<b>4.3</b>	<b>Pengolahan Data</b> .....	<b>76</b>
<b>BAB V</b>	.....	<b>91</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>91</b>
5.1	Tahap Define.....	91
5.2	Tahap Measure.....	94
5.3	Tahap Analyze.....	99
5.4	Improvement.....	102
5.5	Control.....	108
<b>BAB VI</b>	.....	<b>110</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>110</b>
6.1	Kesimpulan.....	110
6.2	Saran.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>112</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Engineer Cnc Milling .....	2
Gambar 1. 2 Peta Sebaran Kawasan Industri .....	7
Gambar 2. 1 Matrix BCG.....	12
Gambar 2. 2 Proses perancangan dan pengembangan produk menurut Ulrich-Eppinger.....	18
Gambar 2. 3 Alur DMAIC .....	19
Gambar 2. 4 Alur proses DMAIC .....	21
Gambar 2. 5 Alur model dari theory of reasoned action.....	27
Gambar 2. 6 Planned behavior .....	28
Gambar 2. 7 Technology acceptance model (TAM).....	29
Gambar 2. 8 Pengembangan dari TAM .....	30
Gambar 2. 9 BCG matrix .....	31
Gambar 2. 10 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3. 1 Langkah-langkah penelitian .....	51
Gambar 4. 1 Krisbow product.....	56
Gambar 4. 2 Struktur organisasi PT. Krisbow .....	57
Gambar 4. 3 Mesin Bubut.....	58
Gambar 4. 4 Mesin Milling.....	58
Gambar 4. 5 Mesin Bandsaw.....	59
Gambar 4. 6 Mesin Bending .....	59
Gambar 4. 7 Proses Pemasaran .....	60
Gambar 4. 8 Waktu proses penjualan produk .....	65
Gambar 4. 9 Faktor-faktor penentu teori TAM.....	76
Gambar 4. 10 Diagram Pareto.....	80
Gambar 4. 11 Matriks BCG .....	87
Gambar 4. 12 Fishbone Diagram .....	89
Gambar 4. 13 Rencana Pengendalian.....	90
Gambar 5. 1 Proses pembelajaran kelas CNC .....	104
Gambar 5. 2 Pamflet promo krisbow .....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Machinery Krisbow Store 2019- 2020 .....	3
Tabel 1. 2 Data Penjualan Machinery Krisbow Store 2019- 2020 .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3. 1 Faktor-faktor penyebab kegagalan dalam proses pemasaran.....	50
Tabel 4. 1 Data penjualan 2019-2020 .....	62
Tabel 4. 2 Variabel PU .....	67
Tabel 4. 3 Variabel POU .....	70
Tabel 4. 4 Variabell ATU.....	73
Tabel 4. 5 Persepsi manfaat .....	77
Tabel 4. 6 Persepsi Kemudahan .....	78
Tabel 4. 7 Attitude Toward Using (ATU).....	79
Tabel 4. 8 Tabel Uji Validitas Variabel Perceived Usefulness (PU) .....	80
Tabel 4. 9 Uji Validitas <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan).....	81
Tabel 4. 10 Uji Validitas <i>Attitude Toward Using</i> (ATU).....	81
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	82
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas .....	82
Tabel 4. 14 Uji Heterokedastisitas .....	83
Tabel 4. 15 Uji F .....	84
Tabel 4. 16 Uji T .....	84
Tabel 5. 1 Indikator Perceived Usefulness (PU) .....	92
Tabel 5. 2 Indikator Perceived Ease of Use (POU) .....	93
Tabel 5. 3 Indikator Attitude Toward Using (ATU) .....	94
Tabel 5. 4 Perceived Usefulness (PU).....	95
Tabel 5. 5 Perceived Ease of Use (POU) .....	95
Tabel 5. 6 Attitude Toward Using (ATU).....	96
Tabel 5. 7 uji reliabilitas.....	96
Tabel 5. 8 Uji Multikolinearitas .....	97

Tabel 5. 9 Uji Heterokedastisitas .....	98
Tabel 5. 10 Penyebaran daerah kuisisioner .....	105

