

CRAFTINA PENJUALAN PRODUK KERAJINAN TANGAN (HANDMADE)

Mata Kuliah: E-commerce

Dosen Pengampu:
Wartariyus, S.Kom., M.T.I.



Disusun Oleh Kelompok 8:

Rival Stevanus	(2313025016)
M. Tegar Dwi Prakoso	(2313025024)
Marvella Rizkia Fitra	(2313025044)
Haniffadhilah	(2313025058)

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
JURUSAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Craftina merupakan usaha berbasis E-Commerce yang bergerak di bidang penjualan produk kerajinan tangan (handmade) dan souvenir custom. Usaha ini hadir sebagai solusi bagi konsumen yang menginginkan produk unik, bernilai seni, serta memiliki sentuhan personal.

Melalui pemanfaatan platform digital, Craftina memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan produk kerajinan tangan tanpa harus datang langsung ke tempat produksi. Konsep ini juga mendukung pengembangan kreativitas serta peluang usaha di bidang ekonomi kreatif.

Perkembangan teknologi digital dan e-commerce membuka peluang besar bagi pelaku usaha kreatif untuk memasarkan produk secara lebih luas. Produk kerajinan tangan memiliki nilai tambah karena dibuat secara manual, unik, dan dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen.

Namun, masih banyak produk handmade yang pemasarannya terbatas. Oleh karena itu, Craftina hadir sebagai platform e-commerce yang menghubungkan produk kerajinan tangan dengan konsumen secara lebih efektif dan efisien.

1.2 Visi dan Misi

1. Visi
Menjadi platform e-commerce kerajinan tangan yang kreatif, inovatif, dan terpercaya.
2. Misi
 - a. Menyediakan produk kerajinan tangan berkualitas dan bernilai seni.
 - b. Memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pemesanan produk handmade.
 - c. Mendukung pengembangan kreativitas dan ekonomi kreatif.
 - d. Memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif.

1.3 Tujuan Usaha

Tujuan dari pendirian Craftina adalah:

1. Mengembangkan usaha berbasis e-commerce di bidang kerajinan tangan.
2. Menyediakan produk handmade yang unik dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.
3. Meningkatkan nilai jual produk kreatif melalui pemasaran digital.
4. Memberikan pengalaman belanja online yang mudah dan nyaman.

1.4 Target Pasar

Target pasar Craftina meliputi:

1. Remaja dan mahasiswa
2. Masyarakat umum
3. Konsumen yang mencari souvenir atau hadiah custom

Target pasar ini dipilih karena memiliki minat tinggi terhadap produk unik dan personal.

1.5 Konsep Nilai Jual

Craftina memiliki nilai jual utama berupa:

1. Produk handmade yang unik dan eksklusif
2. Layanan custom sesuai permintaan konsumen
3. Pemesanan mudah melalui platform e-commerce
4. Harga terjangkau dengan kualitas yang baik

BAB II

PRODUK DAN PRODUKSI

2.1 Jenis Produk Kerajinan Tangan

Craftina berfokus pada produk *handmade* yang mengutamakan nilai estetika dan personalisasi. Berdasarkan riset kebutuhan pasar terhadap kado dan aksesoris unik, produk yang ditawarkan meliputi:

- **Gelang & Aksesoris Handmade:** Perhiasan tangan berbahan dasar manik-manik, tali makrame, atau kawat estetik yang dirangkai secara manual.
- **Souvenir Custom:** Produk kerajinan yang dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan untuk acara tertentu (pernikahan, wisuda, atau ulang tahun).
- **Hiasan Dekoratif:** Produk pajangan dinding atau meja yang mempercantik ruangan dengan konsep minimalis dan seni.
- **Gift Box Personal:** Paket hadiah yang disusun secara tematik sesuai keinginan konsumen untuk memberikan kesan eksklusif

2.2 Proses Pembuatan Produk

Proses produksi di Craftina dilakukan secara teliti untuk menjaga kualitas dan nilai seni setiap barang. Tahapan produksinya adalah sebagai berikut:

1. **Tahap Desain & Konsultasi:** Menerima permintaan *custom* dari pelanggan melalui platform e-commerce terkait warna, bahan, atau tulisan khusus.
2. **Persiapan Bahan:** Memilih material berkualitas tinggi yang sudah disediakan di gudang produksi.
3. **Proses Perakitan (Handmade):** Pengrajin produk secara manual oleh perajin sesuai dengan desain yang telah disepakati.
4. **Quality Control (QC):** Pengecekan akhir untuk memastikan tidak ada kecacatan pada produk sebelum dikemas.
5. **Packaging:** Pengemasan menggunakan bahan yang aman dan menarik untuk menjaga kondisi barang hingga ke tangan konsumen.

2.3 Bahan Baku dan Estimasi Biaya Produksi

Untuk menjaga keberlanjutan usaha, Craftina menggunakan bahan baku yang mudah didapat namun tetap memiliki nilai jual tinggi. Berikut adalah estimasi biaya produksi rata-rata per unit:

Kategori Produk	Bahan Baku Utama	Estimasi Biaya (Rp)
Aksesori/Gelang	Manik-manik, benang elastis, pengait	Rp 5.000 – Rp 15.000
Souvenir Custom	Bahan sesuai pesanan (resin, kayu, dll)	Rp 10.000 – Rp 25.000
Gift Box	Kotak karton, kertas serut, kartu ucapan	Rp 15.000 – Rp 40.000

2.4 Strategi Penyusunan Katalog Produk Digital

Sebagai entitas e-commerce, penyusunan katalog digital menjadi kunci utama dalam menarik minat konsumen. Katalog Craftina diatur dengan elemen-elemen berikut:

- **Fotografi Produk Beresolusi Tinggi:** Menampilkan produk dari berbagai sudut (*angle*) untuk menunjukkan detail tekstur dan warna asli kerajinan.
- **Deskripsi Informatif:** Mencantumkan dimensi produk, berat, material yang digunakan, serta instruksi perawatan agar produk handmade lebih awet.
- **Sistem Kategorisasi:** Membagi produk berdasarkan jenis (Aksesori, Souvenir, Dekorasi) dan berdasarkan momen (Kado Wisuda, HADIAH ULANG TAHUN) untuk mempermudah navigasi pembeli.
- **Label Harga dan Diskon:** Menampilkan harga secara transparan dan mencantumkan label "Sale" atau "Bundle Deal" untuk meningkatkan nilai jual.

BAB III

SISTEM E-COMMERCE DAN DESAIN PLATFORM CRAFTINA

3.1 Konsep Website / Marketplace Craftina

Craftina dirancang sebagai platform e-commerce berbasis website yang berfungsi sebagai media penjualan dan promosi produk kerajinan tangan (handmade). Website ini menjadi pusat interaksi antara penjual dan konsumen, mulai dari penelusuran produk hingga proses transaksi.

Konsep website Craftina mengusung tampilan sederhana, modern, dan estetik, sesuai dengan karakter produk handmade yang bernilai seni. Desain difokuskan pada kemudahan navigasi agar pengguna dapat dengan mudah menemukan produk, melihat detail, serta melakukan pemesanan.

Website Craftina berperan sebagai:

- Media katalog produk digital
- Sarana pemesanan produk handmade dan custom
- Media komunikasi antara konsumen dan penjual
- Pendukung citra profesional usaha Craftina

3.2 Alur Pemesanan (Order – Pembayaran – Pengiriman)

Sistem e-commerce Craftina dirancang dengan alur pemesanan yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna. Alur pemesanan tersebut adalah sebagai berikut:

- Pemilihan Produk
Konsumen mengunjungi website Craftina dan memilih produk yang diinginkan dari katalog yang tersedia, seperti aksesoris handmade, souvenir custom, atau gift box personal.
- Detail dan Custom Produk
Konsumen dapat melihat detail produk dan mengisi permintaan custom (warna, desain, tulisan, atau jumlah pesanan) sesuai kebutuhan.
- Checkout & Pemesanan
Setelah memilih produk, konsumen mengisi data pemesanan seperti nama, alamat pengiriman, dan kontak yang dapat dihubungi.
- Pembayaran
Pembayaran dilakukan melalui transfer bank atau metode pembayaran digital yang disediakan. Setelah pembayaran, konsumen mengunggah bukti pembayaran.
- Proses Produksi

Pesanan yang telah dikonfirmasi akan diproses secara handmade sesuai dengan permintaan konsumen.

- Pengiriman

Produk yang telah selesai diproduksi akan dikemas dan dikirim ke alamat konsumen menggunakan jasa pengiriman yang tersedia.

3.3 Desain Antarmuka Pengguna (UI / Mockup)

Desain antarmuka pengguna (User Interface/UI) Craftina dibuat dengan mengutamakan kenyamanan dan estetika visual. Elemen desain disesuaikan dengan konsep produk handmade yang unik dan bernilai seni.

Karakteristik desain UI Craftina meliputi:

1. Warna lembut dan natural untuk mencerminkan kesan kreatif dan elegan.
2. Layout sederhana dan rapi agar mudah digunakan oleh semua kalangan
3. Gambar produk berkualitas tinggi sebagai fokus utama tampilan
4. Navigasi yang jelas (Home, Produk, Custom Order, Tentang Kami, Kontak)

Mockup halaman utama website meliputi:

1. Halaman Beranda: Menampilkan banner promosi, produk unggulan, dan keunggulan Craftina
2. Halaman Produk: Menampilkan katalog produk beserta detail dan harga
3. Halaman Pemesanan Custom: Formulir untuk permintaan desain sesuai keinginan konsumen
4. Halaman Kontak: Informasi media sosial dan layanan pelanggan

3.4 Teknologi yang Digunakan

Dalam pengembangan sistem e-commerce Craftina, teknologi yang digunakan bersifat sederhana namun efektif untuk mendukung operasional usaha, yaitu:

- HTML & CSS

Digunakan untuk membangun struktur dan tampilan website agar responsif dan menarik.

- JavaScript

Digunakan untuk interaksi pengguna, seperti validasi form pemesanan dan tampilan dinamis.

- CMS / Platform Website

Website dapat dikembangkan menggunakan Content Management System (CMS) seperti WordPress untuk memudahkan pengelolaan konten dan produk.

- Database

- Digunakan untuk menyimpan data produk, pesanan, dan informasi pelanggan.
- Hosting & Domain
Website Craftina dihosting secara online agar dapat diakses oleh konsumen kapan saja dan di mana saja.

3.5 Flowchart Sistem E-Commerce Craftina

Flowchart sistem e-commerce Craftina menggambarkan alur proses bisnis dari sisi pengguna (konsumen) hingga penjual. Alur ini dibuat untuk memastikan setiap proses berjalan sistematis dan efisien.

Alur Flowchart Sistem Craftina:

- Pengunjung Mengakses Website Craftina
- Memilih Produk dari Katalog
- Jika produk custom → isi form custom
- Jika produk non-custom → lanjut pemesanan
- Menambahkan Produk ke Keranjang
- Checkout & Pengisian Data Pembeli
- Pembayaran oleh Konsumen
- Verifikasi Pembayaran oleh Admin
- Jika pembayaran valid → lanjut produksi
- Jika tidak valid → konfirmasi ulang
- Proses Produksi Handmade
- Quality Control Produk
- Pengemasan Produk
- Pengiriman ke Konsumen
- Pesanan Selesai

BAB IV

PEMASARAN DAN KEUANGAN

4.1 Strategi Pemasaran Digital Craftina

Craftina menerapkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau target pasar remaja, mahasiswa, dan masyarakat umum yang aktif di media sosial. Strategi pemasaran yang digunakan meliputi:

- a. Media Sosial
Craftina memanfaatkan platform Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business sebagai media promosi utama. Konten yang ditampilkan berupa foto produk, video proses pembuatan (behind the scenes), testimoni pelanggan, serta promo menarik.
- b. Marketplace & Website
Produk Craftina dipasarkan melalui website e-commerce Craftina serta marketplace online untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan kepercayaan pembeli.
- c. Sistem Pre-Order & Custom
Craftina menawarkan sistem pre-order dan produk custom untuk meningkatkan nilai eksklusivitas serta menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen.
- d. Promosi dan Diskon
Pemberian promo seperti diskon awal pembelian, gratis ongkir, dan bundling produk dilakukan untuk menarik minat konsumen baru.

4.2 Analisis SWOT

- a. Strength (Kekuatan)
 - Produk handmade yang unik dan bernilai seni
 - Bisa custom sesuai keinginan konsumen
 - Harga relatif terjangkau
 - Mendukung kreativitas dan produk lokal
- b. Weakness (Kelemahan)
 - Proses produksi memerlukan waktu lebih lama
 - Kapasitas produksi terbatas
 - Ketergantungan pada keterampilan pengrajin
- c. Opportunity (Peluang)
 - Tren penggunaan produk handmade dan custom semakin meningkat
 - Tingginya penggunaan e-commerce dan media sosial
 - Peluang kerja sama dengan event, komunitas, dan UMKM
- d. Threat (Ancaman)

- Persaingan dengan produk pabrikan yang lebih murah
- Perubahan tren pasar
- Fluktuasi harga bahan baku

4.3 Perhitungan Harga dan Keuntungan

- Kategori Produk: Aksesoris / Gelang
Estimasi biaya produksi: Rp10.000 – Rp15.000
Harga jual: Rp20.000
Keuntungan: Rp5.000 – Rp10.000 per produk
- Kategori Produk: Souvenir Custom
Estimasi biaya produksi: Rp12.000 – Rp15.000
Harga jual: Rp20.000
Keuntungan: Rp5.000 – Rp8.000 per produk
- Kategori Produk: Gift Box
Estimasi biaya produksi: Rp13.000 – Rp15.000
Harga jual: Rp20.000
Keuntungan: Rp5.000 – Rp7.000 per produk

4.4 Proyeksi Pengembangan Usaha

1. Menambah Variasi Produk Kerajinan Tangan
Craftina berencana menambah variasi produk kerajinan tangan, tidak hanya terbatas pada aksesoris dan souvenir, tetapi juga hiasan dekoratif, produk musiman, serta gift set tematik. Hal ini bertujuan untuk memenuhi beragam kebutuhan konsumen dan meningkatkan minat beli.
2. Mengembangkan Fitur Website
Craftina akan mengembangkan fitur website, salah satunya sistem custom otomatis yang memungkinkan konsumen memilih desain, warna, dan detail produk secara langsung. Pengembangan fitur ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan konsumen serta efisiensi proses pemesanan.
3. Memperluas Jangkauan Pemasaran
Pemasaran Craftina akan diperluas ke luar daerah melalui optimalisasi media sosial, marketplace nasional, dan strategi digital marketing. Dengan perluasan ini, Craftina diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan. Kerja Sama dengan Pengrajin Lokal
4. Craftina membuka peluang kerja sama dengan pengrajin lokal untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperkaya variasi produk. Kerja sama ini juga menjadi bentuk pemberdayaan kreativitas lokal dan dukungan terhadap pelaku UMKM.
5. Partisipasi dalam Bazar dan Pameran UMKM
Craftina berencana mengikuti bazar dan pameran UMKM sebagai sarana promosi langsung kepada konsumen. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan produk, membangun kepercayaan pelanggan, serta memperluas jaringan usaha.

