

**PENGARUH PANDEMI COVID 19 TERHADAP PENJUALAN *ONLINE*  
CELANA *TACTICAL* PADA USAHA KONVEKSI CELANA BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar

Ahli Madya Program Studi Diploma III

Oleh :

**MUHAMMAD THIRAFIE AZIZ**

**NRP : E1180104**



**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS  
PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN BISNIS  
INSTITUT KOPERASI INDONESIA**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Laporan : **“Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap  
Penjualan *Online Celana Tactical* Pada Usaha  
Konveksi Celana Bandung.”**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Thirafie Aziz**

Nomor Pokok : **E1180104**

**MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN**

Menyetujui

Pembimbing



(H. Dindin Burhanudin, SE., M.S)

Mengesahkan

Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis



(H. Dindin Burhanudin, SE., M.S)

## **ABSTRACT**

*Muhammad Thirafie Aziz. The Effect of the Covid 19 Pandemic on Online Sales of Tactical Pants in the Bandung Pants Convection Business. (Supervising Lecturer Mr. H. Dindin Burhanudin, SE., M.S).*

*The internship practice was carried out to make a Final Project by digging up data and information about the Effect of the Covid 19 Pandemic on Online Sales of Tactical Pants in the Bandung Pants Convection Business as a trial requirement in obtaining an Associate Diploma III degree. The Internship Practice aims to make students know, understand and experience the actual work process in the field.*

*This final project report discusses online sales of tactical pants. Tactical pants are one of the pants that are widely used during outdoor activities. By having so many advantages, making these tactical pants favored by most people who have outdoor activities, making them an alternative profitable business choice. With the rapid development of the times, business actors greatly benefit from the help of the internet network, sales that are currently mostly done by the public are through online media.*

*One of the activists in the online business of tactical pants is Bandung Pants Convection, by using online media the benefits are more than offline or selling directly face to face in the field, but whether with the covid 19 pandemic that hit the world including Indonesia online sales of tactical pants became decrease.*

## RINGKASAN

Muhammad Thirafie Aziz. Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap Penjualan *Online Celana Tactical* Pada Usaha Konveksi Celana Bandung. (Dosen Pembimbing bapak H. Dindin Burhanudin, SE., M.S).

Praktek kerja magang dilaksanakan untuk membuat Tugas Akhir dengan menggali data dan informasi tentang Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap Penjualan *Online Celana Tactical* Pada Usaha Konveksi Celana Bandung sebagai persyaratan sidang dalam memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III. Praktek Kerja Magang bertujuan agar mahasiswa mengetahui, memahami dan mengalami bagaimana proses kerja yang sebenarnya di lapangan.

Laporan tugas akhir ini membahas mengenai penjualan *online celana tactical*. Celana *tactical* merupakan salah satu celana yang banyak digunakan pada saat beraktivitas di luar ruangan. Dengan memiliki kelebihan yang begitu banyak, menjadikan celana *tactical* ini digemari oleh kebanyakan orang yang beraktivitas di luar ruangan, sehingga menjadikannya salah satu alternatif pilihan bisnis yang menguntungkan. Dengan perkembangan zaman yang begitu pesat para pelaku usaha sangat diuntungkan dengan adanya bantuan dari adanya jaringan internet, penjualan yang saat ini banyak dilakukan oleh masyarakat adalah melalui media *online*.

Salah satu penggiat usaha *online celana tactical* adalah Konveksi Celana Bandung, dengan menggunakan media *online* keuntungan yang didapat lebih banyak daripada *offline* atau berjualan secara langsung tatap muka di lapangan,

akan tetapi apakah dengan adanya pandemi covid 19 yang melanda dunia termasuk Indonesia penjualan *online* celana *tactical* menjadi menurun.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul : **“Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap Penjualan Online Celana Tactical Pada Usaha Konveksi Celana Bandung.”** Shalawat serta salam kita limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis, Institut Manajemen Koperasi Indonesia. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini berkat petunjuk, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik bantuan moril maupun bantuan materil. Ucapan terima kasih kepada keluarga yang selalu memberikan motivasi dan kasih sayang demi kelancaran serta keberhasilan penyusunan tugas akhir ini. Selain itu rasa hormat dan terimakasih penulis ucapkan kepada :

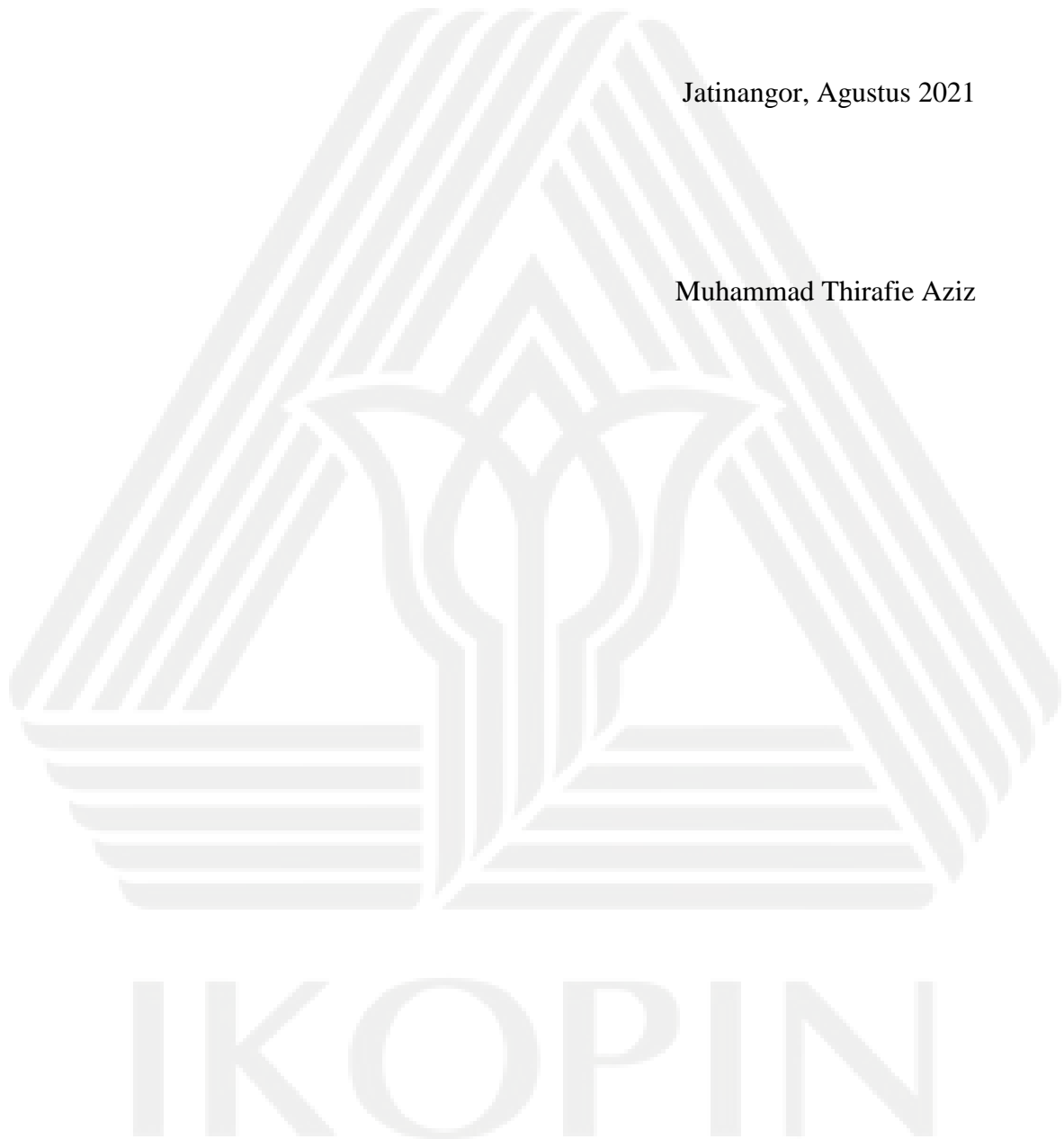
1. Ayah Asep Bachtiar dan Ibu tercinta Sarimanah yang telah memberikan seluruh kasih sayang kepada penulis dari kecil sampai saat ini, yang senantiasa membantu baik moril dan materil yang tidak dapat terhitung lagi jumlahnya;
2. Bapak H. Dindin Burhanudin, SE., M.S. Selaku Direktur Prodi Diploma III Institut Manajemen Koperasi Indonesia. Sekaligus dosen pembimbing, saya ucapkan terimakasih atas bimbingan, arahan, saran, serta telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini;

3. Ibu Hj. Endang Wahyuningsih, SE., M.TI. Selaku Sekretaris Program Studi Diploma III Institut Manajemen Koperasi Indonesia;
4. Seluruh dosen Diploma III Manajemen Bisnis IKOPIN yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis;
5. Seluruh Staff Sekretariat Diploma III Manajemen Bisnis IKOPIN yang selalu memberi motivasi dan memperlancar urusan administrasi;
6. Lutfi Latif selaku pemilik usaha Konveksi Celana Bandung yang telah banyak membantu dengan memberikan ilmu, data dan informasi;
7. Uwa ku Dra. Hj. Lelly Latifah yang telah memberikan dukungan penuh selama perkuliahan;
8. Tanteku Nenden Parlinda, SE., MM. yang telah memberikan dukungan penuh selama perkuliahan;
9. Uwa ku ibu Euis Surtimanah yang telah memberikan dukungan penuh selama perkuliahan;
10. Muhammad Alam Fradika, S.E. Terimakasih atas segala bantuan terkait penulisan Tugas Akhir;
11. Nurry Nurjanah, S.IP. Terimakasih atas dukungan dan saran terkait penulisan Tugas Akhir;
12. Nadira Irsalina, A.Md. Kep. Terimakasih atas dukungan dan saran terkait penulisan Tugas Akhir.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kesalahan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan karunia kepada kita semua. Aamiin.

Jatinangor, Agustus 2021

Muhammad Thirafie Aziz





## RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Muhammad Thirafie Aziz  
Tempat, Tanggal lahir : Bandung, 20 Desember 1998  
Jenis Kelamin : Laki - Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Kp. Ebah Rt. 04 Rw. 02 Ds. Cipaku Kec.  
Paseh Kab.Bandung  
Nama Ayah : Asep Bachtiar  
Nama Ibu : Sarimanah  
Anak Ke : 1

### Pendidikan :

SDN Majalaya IX	2005 – 2011
SMPN I Paseh	2011 – 2014
SMAN I Majalaya	2014 - 2017
Institut Manajemen Koperasi Indonesia	2018 – 2021

IKOPIN

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
ABSTRACT .....	II
RINGKASAN.....	III
KATA PENGANTAR .....	V
RIWAYAT HIDUP .....	VIII
DATA PRIBADI.....	VIII
PENDIDIKAN :.....	VIII
DAFTAR ISI .....	IX
DAFTAR TABEL .....	XI
DAFTAR GAMBAR .....	XII
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
LATAR BELAKANG .....	1
IDENTIFIKASI MASALAH.....	5
MAKSUD DAN TUJUAN MAGANG .....	5
1.1.1. Maksud Diadakannya Magang .....	5
1.1.2. Tujuan Diadakannya Magang .....	5
KEGUNAAN MAGANG .....	6
TEMPAT PRAKTEK KERJA .....	6
JADWAL WAKTU PRAKTEK KERJA .....	7
<b>BAB II KEADAAN UMUM TEMPAT PRAKTEK KERJA .....</b>	<b>8</b>
SEJARAH BERDIRINYA TEMPAT PRAKTEK KERJA.....	8
KEADAAN ORGANISASI .....	9
2.1.1. Struktur Organisasi.....	9
PELAKSANAAN MANAJEMEN.....	11
2.1.2. Pengertian Manajemen .....	11
2.1.3. Fungsi Manajemen .....	11
2.1.4. Manajemen pemasaran .....	13
2.1.5. Proses Pemasaran .....	13
2.1.6. Sumber Daya .....	15
KEGIATAN USAHA .....	16
KEADAAN LINGKUNGAN KERJA.....	16
<b>BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA .....</b>	<b>19</b>
BIDANG PEKERJAAN YANG DILAKUKAN .....	19
CARA PELAKSANAAN KERJA .....	20
KENDALA YANG DIHADAPI .....	27
CARA MENGHADAPI KENDALA .....	27
MANFAAT YANG DIPEROLEH .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
LANDASAN TEORI .....	29
4.1.1. Pengertian COVID-19.....	29
4.1.2. Penjualan Online.....	31

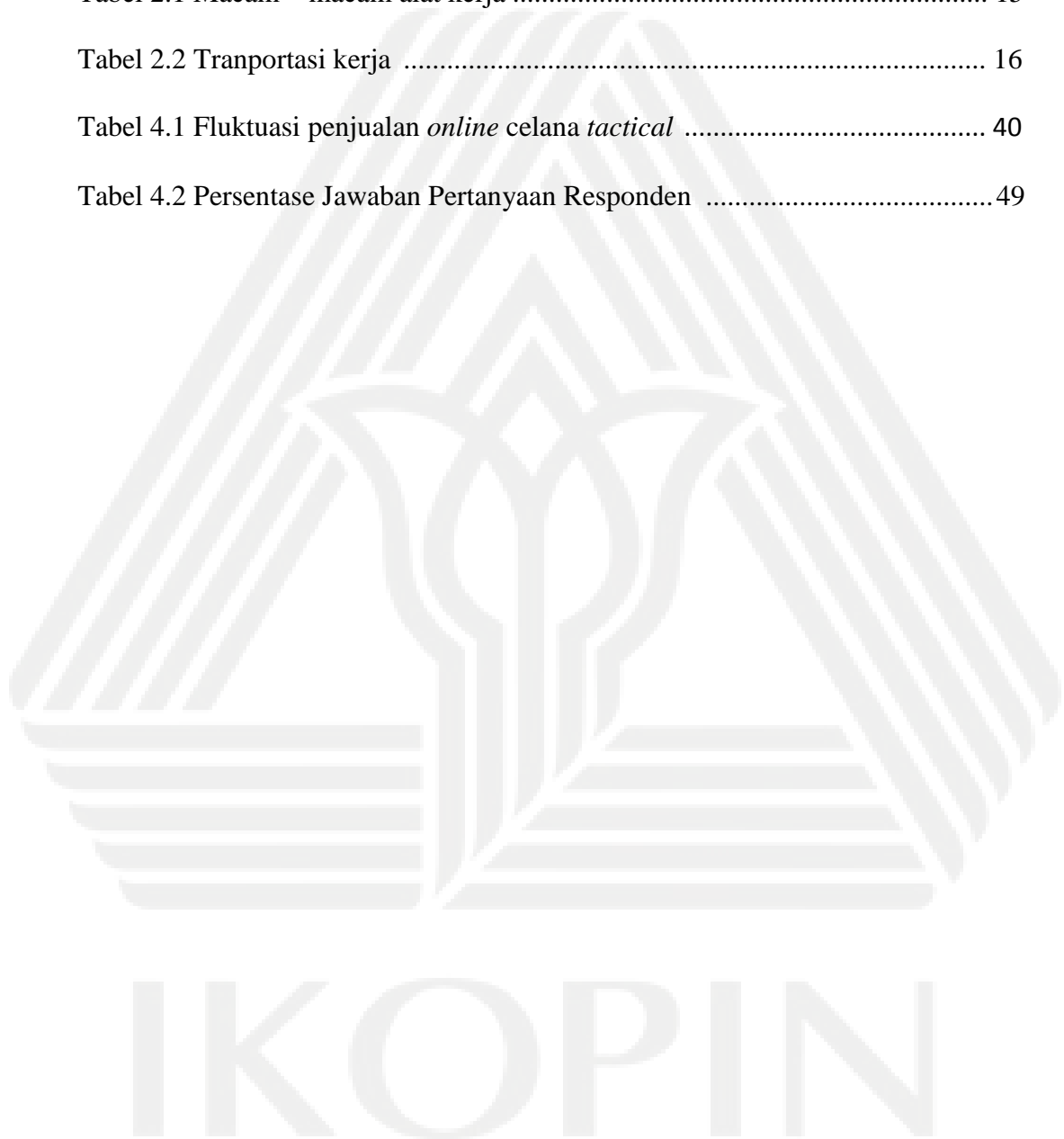
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1.3. <i>Data Penjualan Celana Tactical Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19.....</i>	37
4.1.4. <i>Pengaruh COVID-19 Terhadap Nilai Tukar Rupiah .....</i>	39
4.1.5. <i>Pengaruh COVID-19 Terhadap UMKM Indonesia.....</i>	40
4.1.6. <i>Pengaruh COVID-19 terhadap perilaku konsumen.....</i>	45
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>50</b>
<b>SARAN.....</b>	<b>52</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>SUMBER BUKU .....</b>	<b>53</b>
<b>SUMBER INTERNET .....</b>	<b>54</b>
<b>SUMBER JURNAL .....</b>	<b>55</b>
<b>SUMBER LAIN .....</b>	<b>55</b>



IKOPIN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar penjualan <i>online</i> celana <i>tactical</i> .....	3
Tabel 2.1 Macam – macam alat kerja .....	15
Tabel 2.2 Tranportasi kerja .....	16
Tabel 4.1 Fluktuasi penjualan <i>online</i> celana <i>tactical</i> .....	40
Tabel 4.2 Persentase Jawaban Pertanyaan Responden .....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik penjualan <i>online</i> celana <i>tactical</i> .....	4
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Konveksi Celana Bandung .....	10
Gambar 2.2 Model Celana <i>Tactical</i> .....	14
Gambar 2.3 Keadaan Lingkungan Kerja .....	17
Gambar 3.1 Alur Persediaan Barang .....	19
Gambar 3.2 Alur Pemesanan <i>Online</i> Celana <i>Tactical</i> .....	20
Gambar 3.3 Pengecekan Persediaan Barang .....	21
Gambar 3.4 Perbaikan Celana Dengan Keadaan Rusak Ringan .....	23
Gambar 3.5 Proses Pesanan <i>Online</i> Melalui Obrolan Pribadi .....	24
Gambar 3.6 Tampilan layar dari <i>laptop</i> untuk salah satu <i>marketplace</i> .....	25
Gambar 3.7 Proses Pengemasan Brang .....	26
Gambar 3.8 Proses pengiriman barang kepada badan ekspedisi .....	27
Gambar 4.1 Grafik Pengaruh Jumlah Kasus Covid-19 .....	42
Gambar 4.2 Kondisi UMKM .....	46
Gambar 4.3 Grafik Persentase Jawaban Pertanyaan Responden .....	50