

BAB 9 KESIMPULAN

9.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu:

- a. Implementasi dengan menggunakan *digital marketing* selama dua minggu pada penelitian ini, mencapai keberhasilan implementasinya dengan meningkatkan penjualan lebih dari 10%.
- b. Metode strategi pemasaran dengan menggunakan *digital marketing* melalui media Instagram dan WhatsApp *Business* merupakan strategi pemasaran yang tepat untuk UMKM Batik Eco-Print Natural Jogja karena mampu meningkatkan penjualan sebesar Rp 550.000 atau setara dengan 68,8%.
- c. Implementasi *digital marketing* pada penelitian ini dapat meningkatkan *brand* dan *brand awareness* dengan berhasil menaikkan *insight* akun instagram Batik Eco-Print Natural Jogja sebesar 790% selama dua minggu.

9.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Batik Eco-Print Natural Jogja, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu

- a. Melakukan implementasi *digital marketing* pada UMKM ini dengan memanfaatkan fitur lain pada Instagram yaitu pada Instagram *Shop*.
- b. Melakukan penelitian yang lebih lanjut dengan menggunakan *channel* distribusi penjualan yang lainnya selain Instagram dan WhatsApp *Business*.
- c. Melakukan pengukuran *brand awareness* dengan memperhatikan pengukuran menggunakan survei untuk mengukur tingkat kesadaran dan pengetahuan konsumen akan adanya brand atau suatu produk dan melakukan Social Media Engagement (SME).
- d. Pada model *brand awareness* dapat ditambahkan variabel-variabel penelitian yang lainnya sesuai dengan *trend marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, A. (2013). Metode Penelitian Sosial.
- Anggraeni, V. B., & Iriani, I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk TIKAR Dengan Konsep 4P (Price, Product, Place, Promotion), Ahp (Analytical Hierarchy Process) Dan Topsis Di Cv. Xyz. *JUMINTEN*, 2(3), 167-178.
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Grabby Bites. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(6), 449-457.
- Aziz, R. A. (2020). E-Book Digital Marketing Content.
- Habibi, A. (2021). Buku Ajar STATISTIKA BISNIS TEORI DAN APLIKASI PROGRAM R (Paket R-Commander).
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=73hjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=strategi+pemasaran+menurut+para+ahli&ots=YQDSSOvEaA&sig=YODkBIWZZFLavEngLitoBswKikU&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20pemasaran%20menurut%20para%20ahli&f=false
- Hardiantoro, Alinda. (2022, Oktober 2). Hari Ini dalam Sejarah: Batik Ditetapkan sebagai Warisan Budaya Dunia. *Kompascom*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/10/02/130000065/hari-ini-dalam-sejarah--batik-ditetapkan-sebagai-warisan-budaya-dunia?page=all>
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67-74.
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17-35.
- Hidayah, L., Muflihah, N., Mayasari, A., & Afiatna, F. A. N. F. (2022). Perencanaan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Khas Jombang di Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1857-1862.
- Hutagalung, M. (2021). DIRECT MARKETING 'GALAXY CARE'DALAM MEMPROMOSIKAN PRU PRIME HEALTHCARE PLUS OLEH MARKETING COMMUNICATION PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 24(3), 401-418.
- Ikhsan. (2023, Februari 14). Content Marketing: Pengertian, 29 Tipe, dan Trennya di 2023. SasanaDigital. <https://sasanadigital.com/content-marketing-adalah/>

- Irianti, N. P., Susanti, R. D. A., Triswidrananta, O. D., & Wijaya, E. M. S. (2021). Peningkatan omset penjualan kelompok pengrajin keset melalui online marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(1), 52-60.
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS. *Jurnal*, April, 52.
- Jasmani. (2019). Pengaruh Product Development dan Promotion Mix Terhadap Peningkatan Penjualan yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Industri Baja Lapis Seng di Indonesia). *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(2), 69-84.
- Kemarauwana, M., & Chotim, L. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online dan Offline terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Konsumen pada Konsumen Pembelian Produk Makanan Cepat Saji di Kota Surabaya. *EBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 19-32.
- Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. Umsida Press, 1-83.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). United States of America: Pearson.
- Kurniawan, W. (2021). Pengaruh Online Marketing dan Direct Selling Terhadap Minat Beli Produk FORT. ID. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6, 143-151.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123-128. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/10432/6565>
- Morse, L. C., Babcock, D. L., & Murthy, M. (2014). *Managing engineering and technology*. Pearson.
- Mujiastuti, R., Latifah, R., & Hendra, H. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), 52-64.
- Munandar, J. N., Tumberl, A. L., & Soegoto, A. S. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Kopi Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Black Cup Coffee and Roastery Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Nasution, I. B. (2020). Pengaruh Motivasi, Kesejahteraan Dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Pegawai PT. Agrotech Pesticide Industry Medan. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 5(1), 102-114.
- Nurrohman, A., & Adiwijaya, K. (2021). The Effect Of Social Media Usage, And

Ewom On Purchase Decision Involvement, Brand Image, And Brand Awareness In Subsidized Housing Industry. *International Journal Of Business And Economy*, 3(2), 36-51.

Omar, A. M. & Atteya, N. (2020). The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120-132.

Pardiyono, R., & Nugrahati, S. (2020). Penentuan skala prioritas dalam strategi pemasaran produk merek pecandu coffee. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(2), 23-33.
<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/1558/pdf>

Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN ULANG: PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469-478.

PURBA, B. (2022). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK.

Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545-558.

Riskawati. (2013). Uji Validitas dan dan Reliabilitas. *Statistika Pendidikan*.

Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87-94.

Sabar, D. R., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2020). Pengaruh ekuitas merek, atribut produk dan direct marketing terhadap keputusan pembelian mobil toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado Tende. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).

Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=pZu-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=strategi+pemasaran+menurut+para+ahli&ots=rY-4oIOkGp&sig=3-D8F2pn33vC6oRr7YC8SYXxPRg&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20pemasaran%20menurut%20para%20ahli&f=false

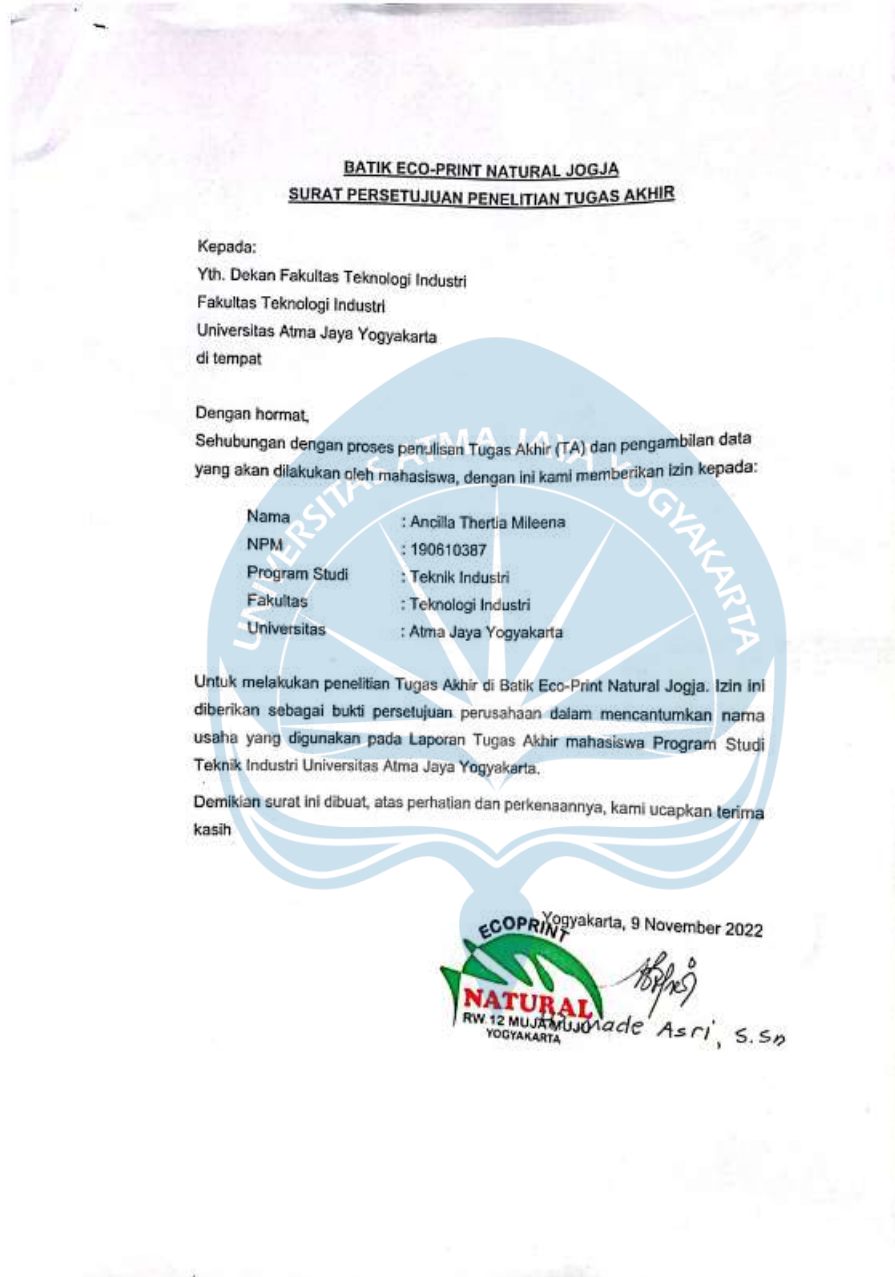
Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.

Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh iklan dan endorser terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 001-015.

- Setyawan, S. A. (2022). DIGITAL MARKETING STRATEGY UNTUK MENINGKATKAN ORDER RESTORAN RAJA KEPITING (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Kom, M. I., Tingga, C. P., S Sos, M. M., Sukanteri, N. P., ... & Mutia Ulfah, S. E. (2022). Brand Marketing: The Art of Branding. Media Sains Indonesia.
- Smesco. (2022, Agustus 12). Jadikan Hari UMKM Sebagai Momentum Untuk Mendorong UMKM Indonesia Go Digital. *SmescoIndonesia*. <https://smesco.go.id/berita/hari-umkm-momentum-umkm-go-digital#:~:text=Dengan%20jumlah%20yang%20terus%20meningkat,mene ngah%2060%2C7%20ribu%20unit>
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku.
- Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian (Cetakan ke-30). Bandung: Cv Alfabeta.
- Sukei. (2020). Riset pemasaran: Disertasi contoh-contoh dan studi kasus. *Unitomo Press*. <http://repository.unitomo.ac.id/3296/1/BUKU%20RISET.pdf>
- Supriadi, A. (2018). *Analytical Hierarchy Process (AHP) Teknik Penentuan Strategi Daya Saing Kerajinan Bordir*. Deepublish.
- Utami, S. A. R., & Ratna, N. W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Product Quality terhadap Purchasing Decision Produk Lipstik Wardah di Kota Sukabum. *Cakrawala Repositori IMWI*, 2(2), 40-49.
- Widyana, S. F., & Batangriyan, S. R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt. Central Global Network. *Pro Mark*, 10(2).
- Wilujeng, B. S., Hartono, H., & Irdiana, S. (2019, July). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis: Studi Pada CV. Sekar Agung Desa Kebonagung Kabupaten Lumajang. In *Progress Conference* (Vol. 2, No. 1, pp. 98-104).
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Penerbit Andi.
- Zahrah, A., Mandey, S. L., & Mangantar, M. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM RM. Solideo Kawasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 216-226.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Penelitian Tugas Akhir



Lampiran 2. Referensi Desain Kuesioner

<i>Variabel</i>	Pernyataan/Item	Sumber
<i>Brand Awareness</i>	1. Anda mengenali produk dari Batik Eco-Print Natural Jogja	Setiawan & Rabuani (2019)
	2. Anda mengetahui Batik Eco-Print Natural Jogja	
	3. Usaha batik eco-print yang muncul pertama kali dibenak Anda adalah batik Eco-Print Natural Jogja	
	4. Anda langsung mengenal Batik Eco-Print Natural Jogja ketika melihat logonya	
<i>Social Media Usage</i>	1. Anda menggunakan media sosial untuk melihat promosi suatu bisnis atau usaha	Nurrohman & Adiwijaya (2021)
	2. Anda menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pihak usaha atau bisnis	
<i>Advertisement</i>	1. Anda mampu mendapatkan informasi tentang sebuah produk melalui iklan digital	Setiawan & Rabuani (2019)
	2. Pesan pada iklan digital suatu produk, menarik perhatian Anda untuk membeli	
	3. Anda mengunjungi sebuah usaha atau bisnis karena melihat suatu produk pada iklan digital	

Lampiran Lanjutan

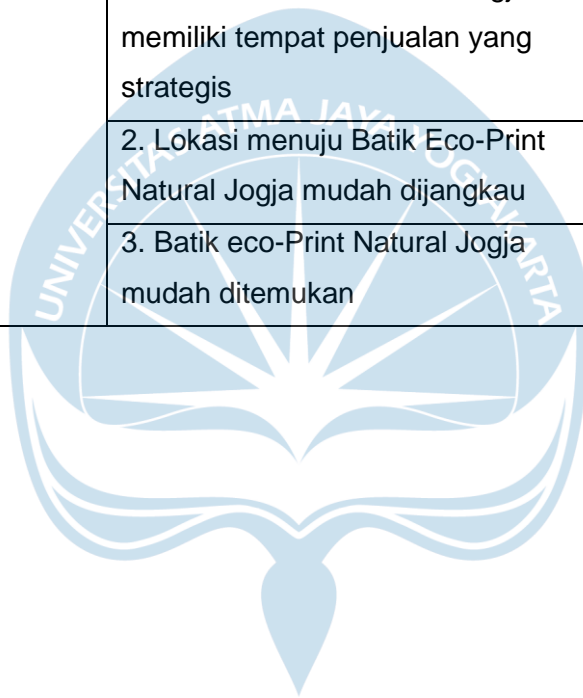
<i>Variabel</i>	Pernyataan/Item	Sumber
<i>Direct Marketing</i>	1. Penawaran melalui media sosial membuat Anda tertarik untuk membeli sebuah produk	Hutagalung (2021)
	2. Penawaran melalui katalog online membuat Anda tertarik untuk membeli sebuah produk	
	3. Penawaran atau promosi yang dilakukan melalui e-mail tidak mengganggu Anda	
<i>Endorser</i>	1. Keahlian Influencer atau endorser merupakan hal yang penting dalam Anda melakukan pemilihan dan pembelian produk	Setiawan & Rabuani (2019)
	2. Popularitas Influencer atau endorser merupakan hal yang penting dalam Anda melakukan pemilihan dan pembelian produk	
	3. Keyakinan Anda dalam memilih suatu produk dipengaruhi oleh Influencer atau endorser	
<i>Buying Decision</i>	1. Anda membeli produk Batik Eco-Print Natural Jogja untuk memenuhi keinginan	Setyawan (2022)
	2. Anda mencari informasi mengenai Batik Eco-Print Natural Jogja sebelum membeli produk	
	3. Batik Eco-Print Natural Jogja menjadi salah satu alternatif yang Anda kunjungi	
	4. Anda lebih tertarik untuk membeli produk Batik Eco-Print Natural Jogja dibandingkan merek lainnya	

Lampiran Lanjutan

<i>Variabel</i>	Pernyataan/Item	Sumber
	5. Anda merasa puas setelah membeli produk pada Batik Eco-Print Natural Jogja	
<i>Product</i>	1. Batik Eco-Print Natural Jogja menjual produk dengan kualitas yang baik	Utami & Ratna (2019)
	2. Batik Eco-Print Natural Jogja memiliki design atau model yang menarik	
	3. Variasi produk Batik Eco-Print Natural Jogja memenuhi keinginan Anda	
<i>Price</i>	1. Harga produk Batik Eco-Print Natural Jogja terjangkau	Aprilia & Padmawidjaja (2020)
	2. Penetapan harga Batik Eco-Print Natural Jogja sesuai dengan kualitas produk	
	3. Batik Eco-Print Natural Jogja menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan batik eco-print yang lainnya	
	4. Penetapan harga Batik Eco-Print Natural Jogja sesuai dengan manfaat produk	
<i>Promotion</i>	1. Batik Eco-Print memberikan kupon belanja untuk pembelian selanjutnya	Purba (2022)
	2. Batik Eco-Print Natural Jogja memberikan potongan harga apabila membeli produk dalam jumlah tertentu	

Lampiran Lanjutan

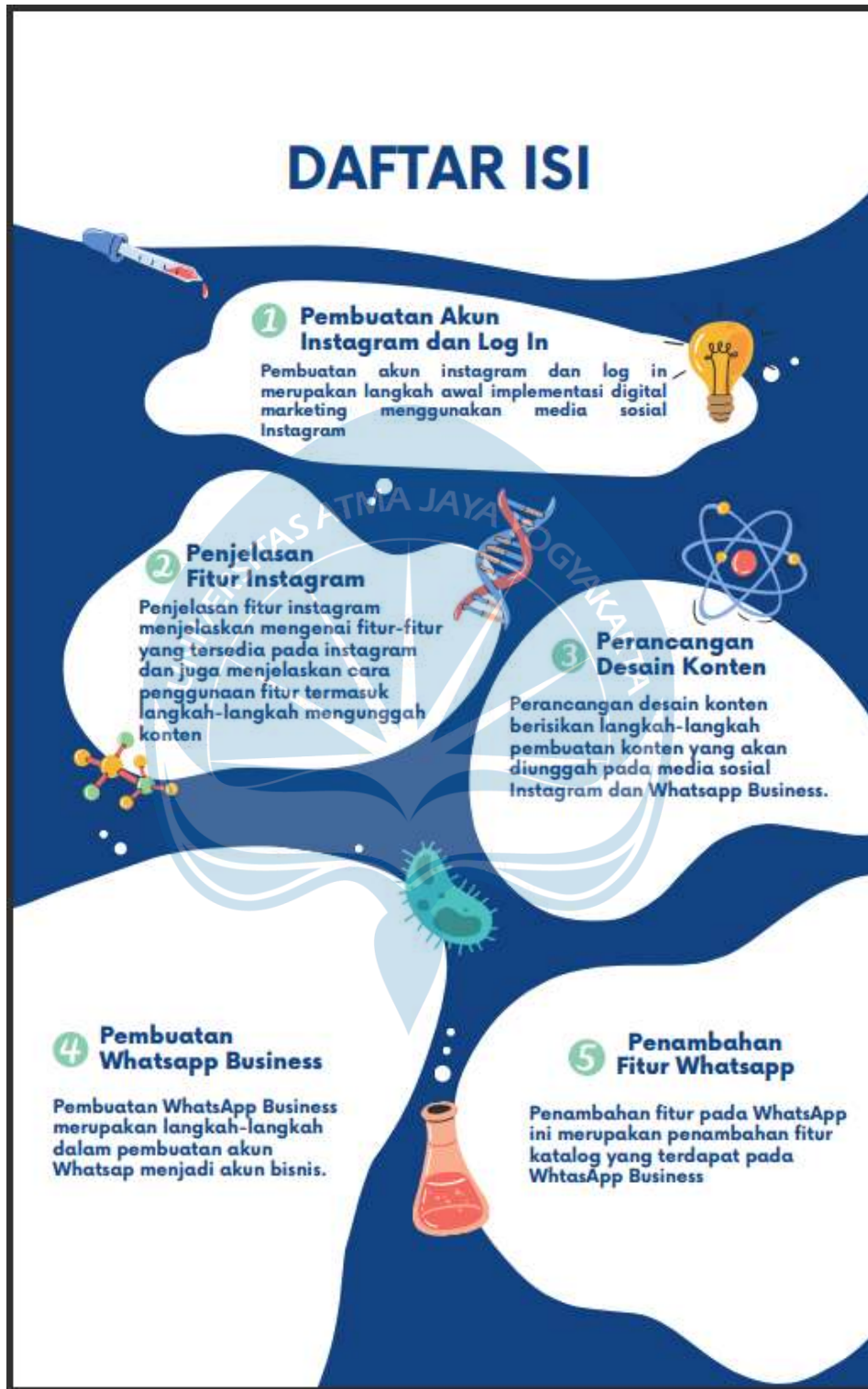
<i>Variabel</i>	Pernyataan/Item	Sumber
	3. Batik Eco-Print Natural Jogja menawarkan paket atau bundling yang efektif dan menarik	
	4. Batik Eco-Print Natural Jogja memberikan diskon pada hari-hari khusus, sehingga menarik perhatian dan minat Anda untuk membeli	
<i>Place</i>	1. Batik Eco-Print Natural Jogja memiliki tempat penjualan yang strategis	Puspitaningtyas & Saino (2019)
	2. Lokasi menuju Batik Eco-Print Natural Jogja mudah dijangkau	
	3. Batik eco-Print Natural Jogja mudah ditemukan	



Lampiran 3. Panduan Perancangan Halaman Cover



Lampiran 4. Panduan Perancangan Halaman Daftar Isi



Lampiran 5. Panduan Perancangan Halaman 1

The image shows a screenshot of the Instagram login and sign-up page. The page has a light beige background with a blue leaf illustration in the top-left and bottom-right corners. At the top, the word "Instagram" is written in a cursive font, followed by the text "PEMBUATAN AKUN BARU DAN LOG IN" in a bold, sans-serif font. Below this, the word "LOG IN" is centered. The main content area contains a white login form with the Instagram logo at the top. The form has two input fields: "Phone number, username or email" and "Password". Below these fields are links for "Forgot password?", a blue "Log in" button, and a "Log in with Facebook" button. At the bottom of the form, there is a link for "Don't have an account? Sign Up". Annotations with arrows point from text boxes to these elements: "Masukkan username Instagram: natural.ecoprintjogja" points to the first input field; "Masukkan password Instagram: xxxxxx" points to the second input field; "Klik 'Login' untuk masuk ke dalam akun Instagram" points to the blue "Log in" button; and "Klik 'Sign Up' untuk mendaftar akun baru" points to the "Sign Up" link. A large, semi-transparent watermark of the Universitas Atma Jaya Yogyakarta logo is overlaid on the center of the page.

Instagram
PEMBUATAN AKUN BARU DAN LOG IN

LOG IN

Masukkan username Instagram: natural.ecoprintjogja

Masukkan password Instagram: xxxxxx

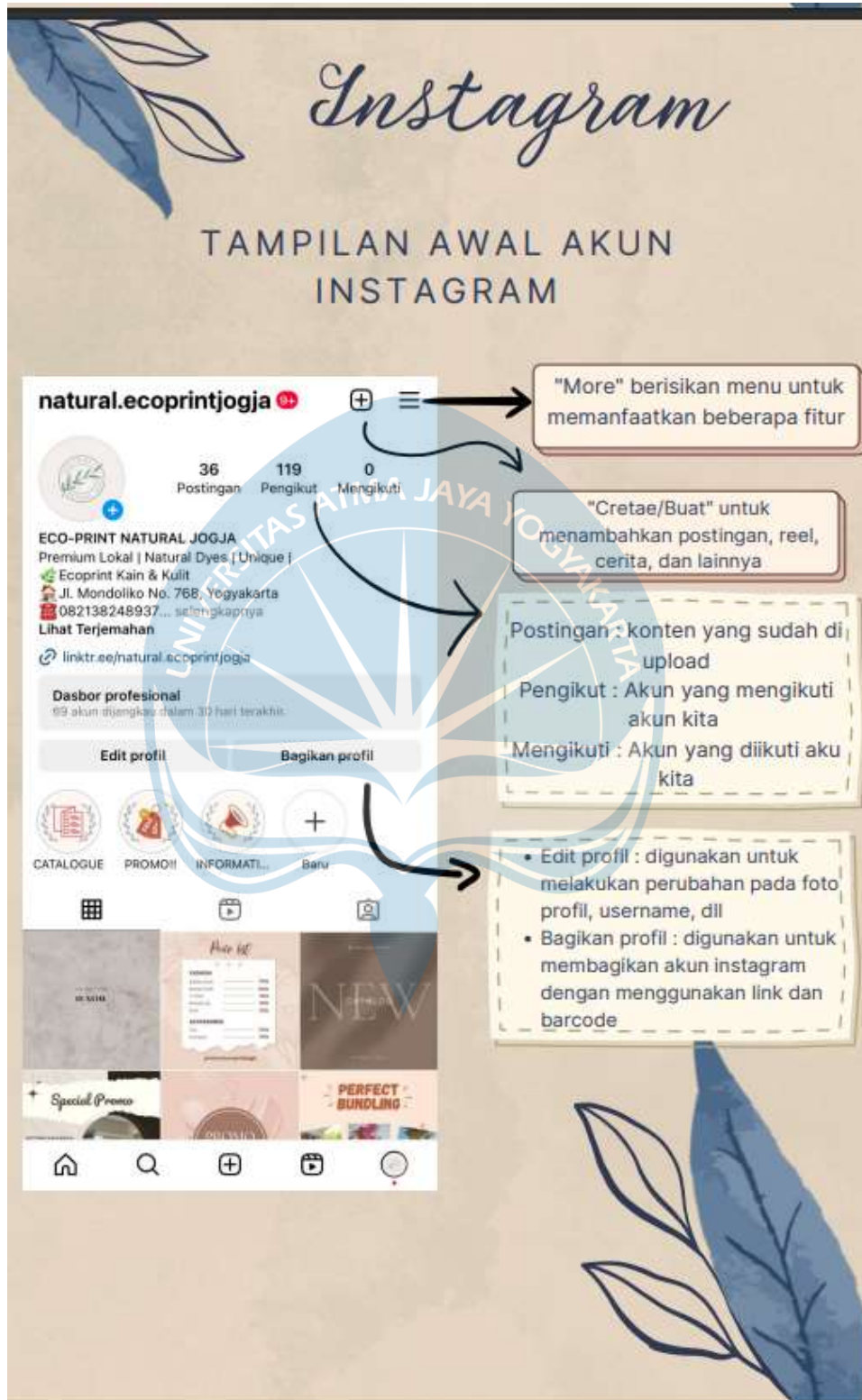
Klik "Login" untuk masuk ke dalam akun Instagram

Klik "Sign Up" untuk mendaftar akun baru

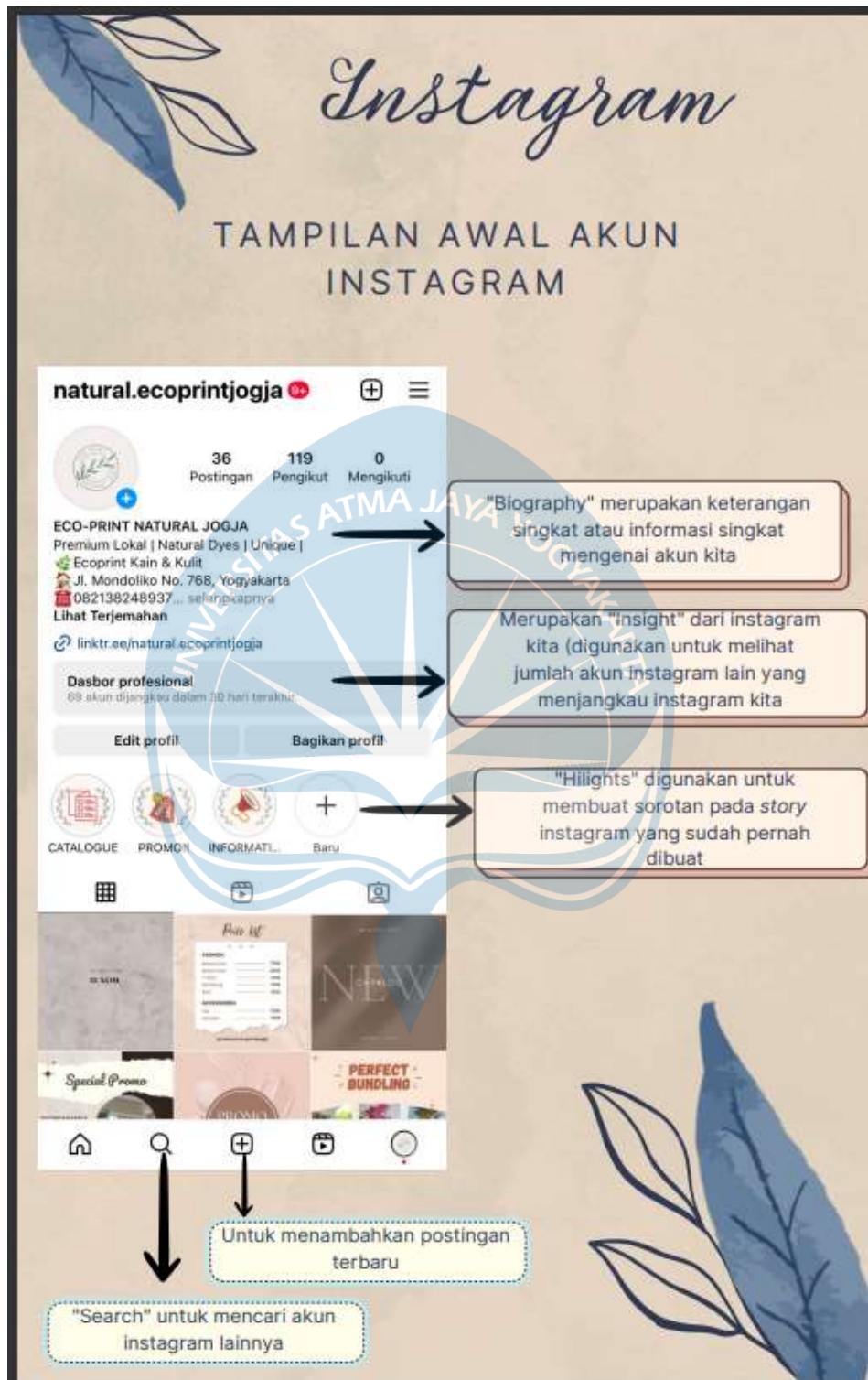
Pembuatan Akun Baru

1. Pilih "Sign Up" untuk membuat akun baru [Don't have an account? Sign Up.](#)
2. Tuliskan nama instagram yang akan digunakan pada kotak "Username"
3. Masukkan password untuk akun instagram baru
4. Klik pada "Complete Sign Up" untuk melengkapi informasi pada akun [Complete Sign Up](#)

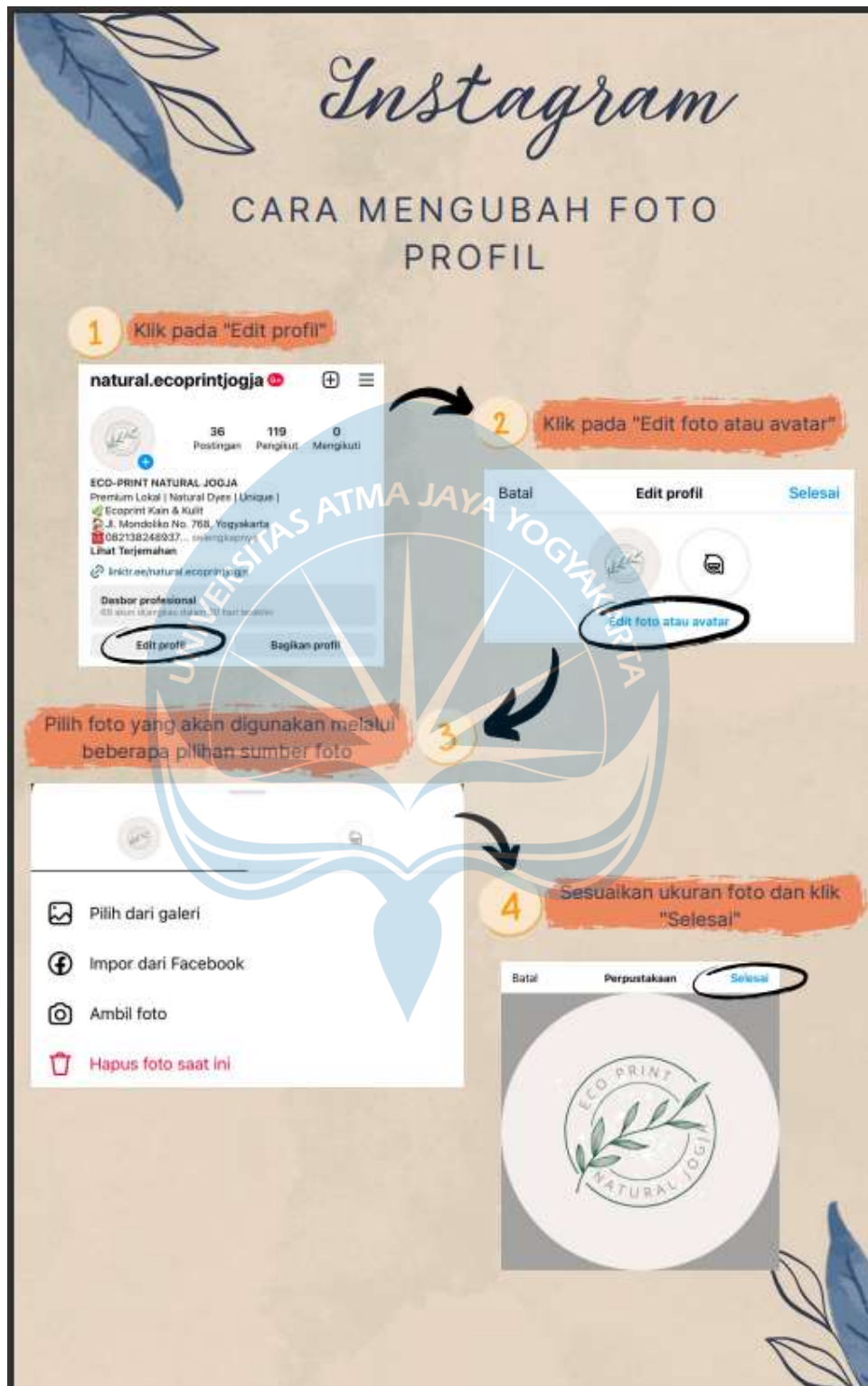
Lampiran 6. Panduan Perancangan Halaman 2



Lampiran 7. Panduan Perancangan Halaman 3



Lampiran 8. Panduan Perancangan Halaman 4



Lampiran 9. Panduan Perancangan Halaman 5

Instagram

CARA MENGUBAH BIO INSTAGRAM

- 1 Klik pada "Edit profil"
- 2 Klik pada kotak "Bio" dan ubah sesuai dengan yang diinginkan
- 3 Apabila sudah selesai mengubah "Bio", klik "Selesai"

The image shows a step-by-step guide for editing an Instagram bio. It features three numbered callouts: 1. 'Klik pada "Edit profil"' pointing to the 'Edit profil' button in the top left of the profile page. 2. 'Klik pada kotak "Bio" dan ubah sesuai dengan yang diinginkan' pointing to the bio text area. 3. 'Apabila sudah selesai mengubah "Bio", klik "Selesai"' pointing to the 'Selesai' button at the bottom of the editing screen. The background is a light beige color with blue leaf illustrations in the top-left and bottom-right corners. A large, semi-transparent watermark for 'UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA' is centered over the image.

natural.ecoprintjogja 36 Postingan 119 Pengikut 0 Mengikuti

ECO-PRINT NATURAL JOGJA
Premium Lokal | Natural Dyes | Unique |
Ecoprint Kain & Kulit
Jl. Mondoliko No. 768, Yogyakarta
082138248937... ecoprintjogja
Lihat Terjemahan
Linktree/natural.ecoprintjogja

Dasbor profesional
50 orang dapat melihat foto dan video Anda

Edit profil Bagikan profil

Bio Premium Lokal | Natural Dyes | Unique |
Ecoprint Kain & Kulit
Jl. Mondoliko No. 768, Yogyakarta
082138248937
ORDER

Apabila sudah selesai mengubah "Bio", klik "Selesai"

Batal Edit profil Selesai

Edit foto atau avatar

Nama ECO-PRINT NATURAL JOGJA

Nama pengguna natural.ecoprintjogja

Kata ganti Kata ganti

Bio Premium Lokal | Natural Dyes | Unique |
Ecoprint Kain & Kulit
Jl. Mondoliko No. 768, Yogyakarta
082138248937
ORDER

Lampiran 10. Panduan Perancangan Halaman 6

Instagram

CARA MENAMBAHKAN TAUTAN ATAU LINK

- 1** Klik pada "Edit profil"
- 2** Klik pada "Tautan"
- 3** Klik pada "Tambahkan tautan eksternal"
- 4** Tuliskan tautan pada kotak URL dan judul link tersebut, kemudian klik "Selesai"

The guide illustrates the process of adding a link to an Instagram profile. It starts with the user's profile page, where the 'Edit profil' button is circled. This leads to the profile editing screen, where the 'Tautan' (Link) option is circled. Clicking this option opens a menu with 'Tambahkan tautan eksternal' circled. This leads to a form where the user can enter a URL and a title. The 'Selesai' (Done) button is circled, indicating the final step.

Nama	ECO-PRINT NATURAL JOGJA
Nama pengguna	natural.ecoprintjogja
Kata ganti	ta ganti
Bio	Premium Lokal Natural Dyes Unique Ecoprint Kain & Kulit Jl. Mondoliko No. 768, Yogyakarta 082138248937 ORDER

Tautan	linktr.ee/natural.ecoprintjogja
--------	---------------------------------

Batal	Tambahkan Tautan	Selesai
URL	http://example.com	
Judul		

Lampiran 11. Panduan Perancangan Halaman 7

Instagram

CARA POST FOTO ATAU VIDEO PADA FEEDS

- 1** Klik pada tombol "+"
- 2** Klik pada "postingan"
- 3** Sesuaikan foto atau video yang akan diunggah dan klik "Selanjutnya"
- 4** Tuliskan *caption* pada "Tulis keterangan..." dan bisa tambahkan keterangan lain, kemudian klik "bagikan"

natural.ecoprintjogja 36 Postingan 119 Pengikut 0 Mengikuti

Buat

- Reel → Video berdurasi lebih dari 1 menit pada IGTV
- Postingan → Unggahan foto atau video yang berdurasi kurang 1 menit pada feeds
- Cerita → Unggahan foto atau video pada cerita atau snapgram
- Sorotan cerita → Sorotan atau kumpulan cerita yang sudah pernah diunggah

Postingan baru Selanjutnya

Postingan baru Bagikan

Tulis keterangan...

Tandai orang >

Tambahkan pengingat >

Tambahkan lokasi >

Yogyakarta Daerah Istimewa Yogyakarta D.I.Y. Yogyakarta

Tambahkan musik >

🎵 Liquid Sky - Sashank Navaladi 🎵 Meditate At Sea

Lampiran 12. Panduan Perancangan Halaman 8

Instagram

CARA POST FOTO ATAU VIDEO PADA STORY

- 1** Klik pada tombol "+"
- 2** Klik pada "Cerita"
- 3** Sesuaikan foto atau video yang akan diunggah dan klik "Cerita Anda"

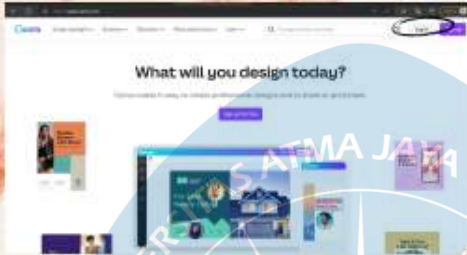
Buat	
Reel	Video berdurasi lebih dari 1 menit pada IGTV
Postingan	Unggahan foto atau video yang berdurasi kurang 1 menit pada feeds
Cerita	Unggahan foto atau video pada cerita atau snapgram
Sorotan cerita	Sorotan atau kumpulan cerita yang sudah pernah diunggah

Lampiran 13. Panduan Perancangan Halaman 9


PERANCANGAN DESAIN KONTEN

Pembuatan Konten Menggunakan Canva

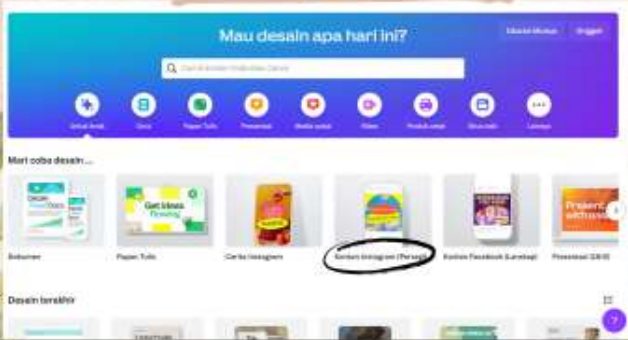
1 Membuka web canva :
<https://www.canva.com/>
Kemudian klik pada "Log in"



2 Klik "Continue with Google" kemudian masukkan email dan password Google



3 Klik "Konten Instagram (Persegi)" kemudian dapat dilanjutkan dengan melakukan design konten



The image is a guide for creating content using Canva. It features a title 'PERANCANGAN DESAIN KONTEN' and a subtitle 'Pembuatan Konten Menggunakan Canva'. The guide is divided into three numbered steps. Step 1 shows the Canva homepage with the 'Log in' button highlighted. Step 2 shows the 'Continue to Canva' screen with the 'Continue with Google' option circled. Step 3 shows the Canva design tool interface with the 'Konten Instagram (Persegi)' option circled. The background is a light-colored wall with a large, stylized sunburst graphic and a watermark for 'UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA'. There are also some green leaf graphics at the bottom.

Lampiran 14. Panduan Perancangan Halaman 10

PERANCANGAN DESAIN KONTEN

Pembuatan Desain Konten

1 Klik pada "Desain" dan sesuaikan template yang sudah tersedia



2 Mulai melakukan desain konten dengan menggunakan beberapa fitur yang tersedia



- Untuk memilih template design yang dapat disesuaikan dengan tema
- Untuk menambahkan elemen-elemen seperti grafis, sticker, foto, video, dll
- Digunakan untuk membuat logo atau template yang dapat diakses orang lain
- Untuk mengunggah atau file seperti foto, video, dan audio dari file import
- Untuk menambahkan text dan memilih font sesuai yang diinginkan
- Untuk menambahkan gambar secara manual
- Untuk melakukan import file design yang sudah dibuat sebelumnya pada Canva
- Untuk melakukan import media dari aplikasi lain selain Canva

Lampiran 15. Panduan Perancangan Halaman 11

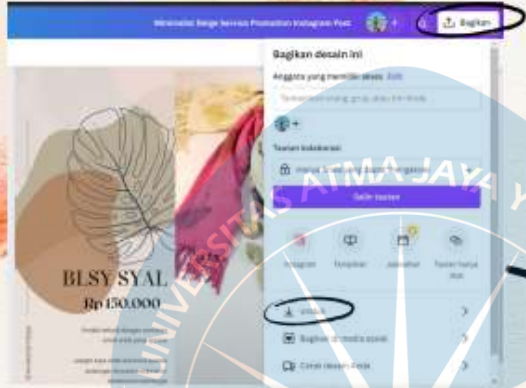


Lampiran 16. Panduan Perancangan Halaman 12

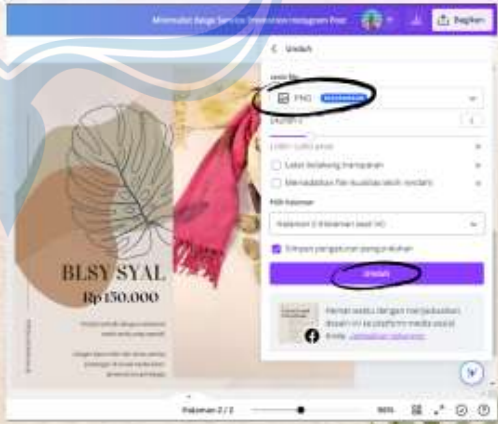
PERANCANGAN DESAIN KONTEN

Pembuatan Desain Konten

4 Mengunduh desain konten dengan klik pada "Bagikan" dan pilih "Unduh"



5 Pilih jenis file yang disarankan, kemudian klik "Unduh"



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Lampiran 17. Panduan Perancangan Halaman 13

Pembuatan Whatsapp Business

1 Buka pada aplikasi WhatsApp Business, kemudia klik pada "Setuju & Lanjutkan"

Selamat Datang di
WhatsApp Business

Cara yang sederhana, aman, dan reliable bagi bisnis untuk terhubung dengan pelanggan mereka

Ketik "Setuju & Lanjutkan" untuk memulainya

Setuju & Lanjutkan

2 Selanjutnya pilih nomer WhatsApp Business yang akan digunakan, klik "Gunakan +62...."

Gunakan untuk
WhatsApp Business?

Riwayat chat dan media Anda akan dipindahkan secara otomatis dari WhatsApp Messenger ke WhatsApp Business...

Gunakan +62....

Gunakan nomor lain

3 Tuliskan nama akun untuk WhatsApp Business : Natural Eco-Print Jogja dan ubah pada foto profi

Profil Lanjut

Edit


Kategori Bisnis

Anda dapat menyetel detail lainnya di Pengaturan


Lampiran 18. Panduan Perancangan Halaman 14

Pembuatan
Whatsapp Business

4 Klik pada "Kategori Bisnis" untuk memilih kategori bisnis yang sesuai



5 Pilih kategori bisnis yaitu "Belanja & Ritel", kemudian klik "Lanjut"



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Lampiran 19. Panduan Perancangan Halaman 15

Penambahan Fitur Katalog

1 Klik pada gambar "Store", lalu klik pada "Katalog"



2 Klik pada "tambah item baru" untuk membuat katalog



The image is a guide for adding a catalog feature in WhatsApp Business. It features a decorative background with orange leaves and a grid pattern. The main title is 'Penambahan Fitur Katalog'. Step 1 shows the WhatsApp Business menu with 'Katalog' circled. Step 2 shows the 'Manajer katalog' screen with 'Tambah item baru' circled. A watermark for 'UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA' is visible in the center.

Lampiran 20. Panduan Perancangan Halaman 16

Penambahan Fitur Katalog

3 Tuliskan keterangan produk pada katalog dengan menuliskan nama item, harga, dan deskripsi tambahan produk

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Tambahkan foto produk dengan klik pada "Tambah gambar"

5

Tampilan katalog yang telah dibuat

Nama Item	Harga
T-Shirt	Rp 200.000,00
Lukisan	Rp 350.000,00
Mug	Rp 100.000,00
Kerudung	Rp 200.000,00
Syal	Rp 100.000,00
Bahan Kulit	Rp 750.000,00

Lampiran 21. Distribusi Nilai R Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 22. Distribusi F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89