
ANALISIS PENINGKATAN EFEKTIVITAS PELAYANAN FTA CENTER UNTUK MENINGKATKAN EKSPOR

Sabrina Khairunnisa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

Email: sabrina19002@mail.unpad.ac.id

Abstract

This research aimed to analyze the improvement of the effectiveness of the FTA (Free Trade Agreement) Center's services in enhancing exports. The research strategy used was qualitative descriptive to understand the phenomena that occurred at the FTA Center in Bandung and the business actors/exporters in Indonesia, particularly in West Java. The research was conducted at the FTA Center in Bandung, and the study was carried out from the initial planning stage until the completion of the final report. The research subjects included experts from the FTA Center in Bandung and business actors/exporters in West Java. The study aimed to enhance the effectiveness of the FTA Center's services. The research procedures included a preliminary study to formulate research problems and objectives, data collection through interviews with experts from the FTA Center and business actors, data processing, data analysis, as well as the formulation of conclusions and recommendations. The data collection technique employed the Design Thinking approach, encompassing five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The use of design thinking allowed the author to understand users' needs and desires, as well as generate creative solutions for the identified problems. Data analysis was conducted through the collection of relevant data, reduction of data to select specific focuses, display of data for clear presentations, and verification of conclusions to ensure the accuracy of research results. The results of this research are expected to present effective tools for FTA Center services that are in line with user needs. It is also hoped that the solutions generated can enhance exports in Indonesia, particularly in West Java. Further discussions regarding the research findings are becoming an important part of the final report.

Keywords : *Enhancement of Effectiveness, Services, FTA Center, Design Thinking, Export.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peningkatan efektivitas pelayanan FTA Center untuk meningkatkan ekspor. Strategi penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena yang terjadi di FTA Center Bandung dan pelaku usaha/eksportir di Indonesia khususnya Jawa Barat. Lokasi penelitian berada di FTA Center Bandung, dan penelitian dilakukan dari tahap perencanaan awal hingga penulisan laporan akhir. Subjek penelitian meliputi tenaga ahli FTA Center Bandung dan pelaku usaha/eksportir di Jawa Barat. Sasaran studi adalah peningkatan efektivitas pelayanan FTA Center. Prosedur penelitian meliputi studi pendahuluan untuk merumuskan masalah dan tujuan penelitian, pengumpulan data melalui wawancara dengan tenaga ahli FTA Center dan para pelaku usaha, pengolahan data, analisis data, serta penyusunan kesimpulan dan saran. Teknik pengumpulan data menggunakan pendekatan Design thinking, yang mencakup lima tahap: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Penggunaan design thinking memungkinkan penulis untuk memahami kebutuhan dan keinginan pengguna, serta menghasilkan solusi kreatif untuk masalah yang diidentifikasi. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data yang relevan, reduksi data untuk memilih fokus tertentu, display data untuk presentasi yang jelas, dan verifikasi kesimpulan untuk memastikan kebenaran hasil penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyajikan tools pelayanan FTA Center yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Diharapkan juga bahwa solusi yang dihasilkan dapat meningkatkan ekspor di Indonesia khususnya Jawa Barat. Diskusi lebih lanjut mengenai hasil penelitian akan menjadi bagian penting dari laporan tugas akhir.

Kata Kunci: Peningkatan Efektivitas, Pelayanan, FTA Center, Design thinking, Ekspor

Corresponding Author; Sabrina Khairunnisa
E-mail: sabrina19002@mail.unpad.ac.id



Pendahuluan

Zaman globalisasi seperti saat ini membuat akses informasi semakin cepat dan mudah. Hal tersebut dikarenakan teknologi semakin terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Globalisasi adalah proses di mana orang-orang di seluruh dunia dapat saling berhubungan atau terhubung satu sama lain dalam segala aspek kehidupan, baik itu ekonomi, budaya, politik maupun lingkungan. Teknologi memudahkan segala aktivitas manusia sehari-hari, pesatnya perkembangan teknologi ini turut mempengaruhi dunia pemasaran sehingga tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Hal tersebut tentunya memicu banyak perusahaan untuk mulai memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai strategi pemasaran untuk kemajuan usahanya. Untuk menyebarkan pengetahuan tentang perjanjian perdagangan bebas Indonesia dan mempromosikan penggunaannya, Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional (Ditjen PPI) Kementerian Perdagangan telah bekerja sama dengan Universitas Indonesia, Padjadjaran, Diponegoro, dan Hasanuddin untuk membuat FTA Center (B. A. Saputra & Nada, 2022). Banyak Client FTA Center Bandung yang melakukan konsultasi mengenai berbagai masalah yang mereka hadapi sebagai para pelaku usaha di Jawa Barat. Berdasarkan data observasi Penulis ketika magang selama 4 bulan di FTA Center Bandung mendampingi para tenaga ahli, selalu terjadi penyampaian informasi yang sama secara berulang-ulang kepada setiap para pelaku usaha. Terutama informasi dasar mengenai tata cara pelaksanaan ekspor impor di Indonesia. Berdasarkan data grafik dari FTA Center Bandung, jumlah yang mendapatkan pelayanan FTA Center Bandung pada tahun 2022 per bulannya dapat mencapai 46 pelaku usaha. Pelaku usaha tersebut di antaranya adalah mahasiswa, perusahaan, individu, yayasan, dan lain sebagainya.



Sumber: FTA Center Bandung

Gambar 1.1 Jumlah Pelaku Usaha Mendapatkan Layanan FTA Center Bandung Tahun 2022

Tabel 1.1 Jumlah Layanan Konsultasi yang Diberikan Tenaga Ahli FFTA Center Bandung Tahun 2022

Jumlah Layanan Konsultasi yang Diberikan Tenaga Ahli FTA Center Bandung Tahun 2022								
Bulan	Arief Bustaman	Lukas Tjahjadi	Ponirin Sugito	Total	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Januari	13	19	62	94	302			
Februari	16	22	57	95				
Maret	18	28	67	113				
April	36	27	47	110		326		
Mei	28	25	38	91				
Juni	28	28	69	125				
Juli	29	22	83	134			382	
Agustus	26	29	67	122				
September	18	33	75	126				
Oktober	17	26	69	112				313
November	23	18	49	90				
Desember	25	16	70	111				

Sumber: FTA Center Bandung

Berdasarkan data tabel dari FTA Center, perbandingan antara jumlah tenaga ahli dan klien atau para pelaku usaha sangatlah jauh, satu orang tenaga ahli dapat melayani 13 sampai 70 klien dalam satu bulannya. Sedangkan, FTA Center Bandung hanya memiliki 3 tenaga ahli yaitu Pak Arief, Pak Lukas, dan Pak Ponirin. Pelayanan pun hanya dibantu dengan 2 orang admin yaitu Bu Dessy dan Bu Hilmi. Para Tenaga Ahli FTA Center Bandung mengalami kesulitan dan kelebihan permintaan dalam melakukan pelayanan informasi kepada para pelaku usaha yang ingin melakukan ekspor dan impor. Dalam kondisi seperti ini, inovasi dalam teknologi sangat dibutuhkan. Dalam lingkungan global yang sangat kompetitif saat ini, teknologi diperlukan, bersama dengan kemampuan baru. Kebutuhan akan data digital meningkat sebagai akibat dari kemajuan teknis yang cepat. *Tools* maupun konten digital memudahkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan informasi, menjadikannya lebih cepat dan nyaman untuk mengambil informasi (Karim et al., 2020). Namun, hingga saat ini masih belum tersedia *tools* pelayanan dalam bentuk apapun di FTA Center. Oleh karena itu, diperlukannya *Tools* Pelayanan FTA Center.

Perancangan desain *tools* buku panduan tersebut membutuhkan metode untuk menganalisa solusi yang dibutuhkan dalam setiap permasalahannya, dimulai dari visual *tools* hingga kebutuhan pengguna atau para pelaku usaha (Hussein, 2018). Metode yang biasanya dipakai adalah metode *design thinking*. Dengan demikian, rancangan digitalisasi buku panduan pelayanan FTA Center ini akan mengaplikasikan prinsip *design thinking*. *Design thinking* adalah metode penyelesaian masalah yang berfokus pada pengguna (Syabana & Saputra, 2020). *Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test* adalah langkah-langkah dari *design thinking*. Tujuan dari tahap *Empathize* adalah memahami kebutuhan, keinginan, dan pemikiran manusia. Karena masalah yang dipecahkan oleh perancang adalah masalah pengguna, sangat penting bagi perancang untuk memahami pengguna pada saat ini (Santi, 2020). Isu ini disebut sebagai sudut pandang selama tahap *Define*, yang memandu perancang ke wawasan dan permintaan pengguna. Melalui proses menganalisis informasi, wawasan diperoleh. Tahap *Ideate* adalah ketika solusi untuk tantangan yang telah diidentifikasi ditemukan. Membuat *prototype*, menggambar, *bodystorming*, dan peta pikiran adalah cara efektif untuk menghasilkan ide. Implementasi konsep dalam bentuk nyata, seperti catatan tempel, permainan peran, artefak, dan papan cerita, adalah tahap keempat dari pemikiran desain (Sutanto, 2020). Untuk meningkatkan desain dan membuatnya lebih mudah dipahami, tahap ini dapat digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan. Langkah terakhir, disebut *Test*, mencoba memvalidasi pendekatan pemecahan masalah dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang pengguna. Untuk mendapatkan hasil terbaik, siklus ini dilakukan berkali-kali.

Dengan dibuatnya *tools* atau konten digital tersebut, para tenaga ahli dapat lebih mudah dalam melakukan pelayanan informasi, sehingga FTA dapat menghemat waktu dalam

memberikan pelayanan kepada para pelaku bisnis yang ingin melakukan ekspor dan impor (Adam & Negara, 2017). Alhasil, penulis sangat antusias untuk membuatnya. Berdasarkan konteks di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat sebuah tools atau konten yang akan membantu FTA Center dalam meningkatkan ekspor ke Provinsi Jawa Barat. Karena dengan FTA, para pelaku usaha dapat meningkatkan ekspor ke negara-negara mitra FTA. Produk dari Indonesia menjadi lebih kompetitif harganya dan mampu bersaing dengan produk dari negara lain. FTA juga membuka potensi pasar baru bagi eksportir Indonesia yang sebelumnya tidak menjual ke negara anggota FTA (Dyah, 2018).

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Strategi penelitian ini adalah strategi penelitian deskriptif kualitatif. Teknik deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang sesuai. Penelitian dengan menggunakan teknik deskriptif meneliti masalah dan praktik yang relevan dengan masyarakat dan konteks tertentu, seperti interaksi, pengejaran, sikap, dan sudut pandang, serta proses dan pengaruh yang berkelanjutan dalam suatu fenomena (N. Saputra, 2021).

Metode kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik, baik melalui deskripsi lisan maupun tulisan, dalam konteks alam tertentu, dan dengan menggunakan berbagai metode ilmiah (Fadli, 2021). Selain itu, penelitian kualitatif adalah suatu teknik untuk menemukan kebenaran dan dikategorikan sebagai penelitian ilmiah, yang diatur dan dibangun atas dasar hipotesis yang muncul melalui penelitian (Manzilati, 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjelaskan apa yang sudah digunakan (Mulyadi, 2011). Situasi yang ada diupayakan untuk dideskripsikan, dicatat, dianalisis, dan diinterpretasikan dengan menggunakan metodologi ini. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari lebih jauh tentang keadaan yang ada. Rakhmat mengklaim bahwa pendekatan penelitian deskriptif-kualitatif bebas untuk memeriksa item, menyelidikinya, dan mengungkap ide-ide baru saat melakukan penelitian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

FTA Center Bandung menjadi tempat penyelidikan ini. Penelitian dilakukan secara keseluruhan, mulai dari tahap perencanaan awal hingga penulisan laporan akhir.

Prosedur Penelitian

Proses penelitian dalam penelitian ini akan dilakukan secara bertahap, sebagaimana dirinci di bawah ini.

1. Studi pendahuluan
 - a. Perumusan masalah
 - b. Penetapan tujuan
2. Pengumpulan data
 - a. Jawaban dari tenaga ahli FTA Center
 - b. Jawaban dari para pelaku usaha
3. Pengolahan data
4. Analisis data
5. Penutup, kesimpulan, saran
6. Selesai

Teknik Pengumpulan Data

Sangat penting untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian untuk memberikan temuan penelitian yang andal, dan prosedur pengumpulan data adalah metode yang sering digunakan untuk mencapainya (Anggara, 2015). Instrumen penelitian terinspirasi oleh isu-isu umum yang terlihat di Pusat FTA Bandung. Pemikiran desain digunakan dalam pembuatan instrumen ini. *Design thinking* adalah pendekatan pemecahan masalah yang bersifat praktis dan kreatif, dengan user atau pengguna sebagai penekanan utama. Pembelajaran berbasis proyek adalah inti dari pemikiran desain, yang menekankan penyelidikan terhadap masalah, eksplorasi solusi potensial, membuat sketsa dan pembuatan prototipe, kolaborasi dan umpan balik, pengembangan "produk" atau ide, dan, terakhir, refleksi dan desain ulang. Definisi lain dari pemikiran desain adalah "strategi untuk menciptakan solusi baru untuk masalah sulit dengan mengintegrasikan secara sistematis perspektif, kebutuhan, dan nilai orang ke dalam proses desain".

1. Lima Tahapan dalam *Design thinking*

a. Empathize

Langkah pertama adalah menempatkan diri pada posisi pengguna. Artinya, penulis sekarang harus menyadari dan memahami motivasi pengguna, persyaratan, dan hasil yang diinginkan terkait dengan alat tersebut. Penulis juga harus dapat menanggapi penilaian saat ini ini sehingga mereka dapat belajar sebanyak mungkin tentang audiens target mereka.

Kemampuan desainer untuk berempati dengan audiens target alat sangat penting untuk membuat keputusan yang tepat selama proses pengembangan (Widiana & Sinaga, 2010). Saat membuat alat, seorang desainer, misalnya, harus mengetahui desain seperti apa yang membingungkan konsumen, navigasi seperti apa yang memudahkan mereka, dan seterusnya. Penulis kemudian dapat menyesuaikan alat dengan kebutuhan audiens target menggunakan data ini.

Pada tahap Empathize, beberapa hal yang dapat dilakukan adalah:

- 1) Mintalah nasihat dari otoritas di bidang yang berkaitan dengan produk yang dibuat dengan berkonsultasi dengan mereka.
- 2) Berkonsultasi dengan lebih banyak desainer.
- 3) Mengadakan wawancara atau terlibat dalam dialog yang lebih intim untuk lebih memahami sudut pandang pengguna.

b. Define

Menentukan, atau mendefinisikan masalah, adalah langkah kedua. Pada langkah Define, penulis akan menyusun semua data dari tahap sebelumnya kemudian melakukan observasi untuk menentukan apa yang dibutuhkan oleh user. Perlu ditekankan bahwa saat mengidentifikasi masalah, penulis harus mengingat pengguna daripada tujuan organisasi. Sebagai ilustrasi:

- 1) Pemikiran yang fokus pada *business goals: tools* Buku Panduan Pelayanan FTA Center yang dikembangkan harus menghasilkan keuntungan yang tinggi.
- 2) Pemikiran yang fokus pada pengguna: *tools* Buku Panduan Pelayanan FTA Center harus bisa memudahkan para pelaku bisnis untuk bisa menggunakan *tools* dimana saja dan kapan saja.

c. Ideate

Ideate adalah nama tahap ketiga dari pemikiran desain. Penulis sekarang harus mengembangkan saran untuk solusi untuk banyak masalah yang telah dijelaskan sebelumnya mengingat pemahaman mereka tentang kesulitan pengguna dan analisis data mereka. Untuk menghasilkan opini dan ide segar sebanyak mungkin, langkah ini juga harus diselesaikan. Desainer dapat menggunakan berbagai proses ide (Amalina et al., 2017). Beberapa di antaranya

menyerupai bodystorming atau pemetaan mental. Di akhir langkah ini, penulis harus menilai masing-masing dari sekian banyak ide yang dikumpulkan untuk memilih mana yang terbaik.

d. *Prototype*

Membuat prototipe adalah langkah keempat dalam proses *design thinking*. Prototipe adalah versi produk akhir yang diperkecil yang dibuat penulis untuk menguji air. Prototipe dapat berupa apa saja mulai dari sketsa hingga maket digital hingga maket kertas, tetapi sering kali dibuat oleh perancang. Perancang dapat menguji ide dan kreasi mereka dengan prototipe ini. Selain manfaat tersebut, penulis akan mendapatkan beberapa manfaat lainnya dengan membuat *Prototype*, antara lain:

- 1) Mendapatkan umpan balik tentang bagaimana orang akan terlibat dengan alat yang dibuat oleh penulis.
- 2) Mampu menemukan masalah dengan desain atau pengoperasian alat.
- 3) Mengetahui jenis desain apa yang akan berfungsi dengan baik lebih sederhana.

e. *Test*

Langkah terakhir, tahap lima, melibatkan pelaksanaan tes. Selain itu, informasi yang berguna untuk meningkatkan kinerja produk akan dikumpulkan selama periode pengujian. Untuk menemukan bug dan masalah kegunaan, pengujian sangat penting. Penulis harus menyadari, bagaimanapun, bahwa pemikiran desain biasanya tidak berakhir dengan tahap pengujian. Hal ini terjadi karena saat pengujian, penulis menemukan masalah yang belum pernah dipertimbangkan sebelumnya, sehingga perlu kembali ke tahap awal proses penulisan. Penulis berencana untuk terus mengulangi prosedur ini hingga masalah yang teridentifikasi dan alat yang dibuatnya memuaskan. Ini memastikan bahwa alat-alat tersebut bebas bug dan setara dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengguna yang dituju oleh Penulis.

Analisis Data

Dengan mengkategorikan, mengidentifikasi asosiasi, membandingkan, dan membangun model data, analisis data berupaya menggali informasi yang dapat diteliti dan dimanfaatkan sebagai umpan pengambilan keputusan. Saat berurusan dengan data, yang terbaik adalah menanganinya secara bertahap.

1. *Pengumpulan Data (data collection)*

Proses penelitian sangat bergantung pada pengumpulan data yang relevan. Wawancara, kuesioner, dan pencatatan semuanya berperan dalam pengumpulan data penelitian ini.

2. *Reduksi Data (data reduction)*

Reduksi data sederhananya adalah seleksi. Mengolah informasi dari sumber data yang mentah untuk diambil fokus-fokus tertentu saja, mencari gugus-gugus, maupun penyederhanaan dari data kasar yang telah diobservasi. Dalam mereduksi sebuah data, peneliti bisa menemukan segala sesuatu yang tidak dikenal atau dianggap asing sehingga hal tersebut lah dapat diperhatikan peneliti dalam mereduksi suatu data. Peneliti menggunakan hasil dari prosedur pengumpulan data dalam menyempurnakan data yang diperlukan.

3. *Display Data (data display)*

Display data adalah bagaimana data tersebut dapat ditampilkan sebagai data yang sudah matang dengan kemungkinan terjadinya penarikan kesimpulan. Ketika data disajikan, data tersebut diuraikan sedemikian rupa sehingga mudah untuk dipahami dan dinilai sesuai dengan tujuan penelitian.

4. *Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (conclusion drawing and verification)*

Langkah terakhir dalam analisis data yang baik adalah verifikasi. Untuk menguraikan informasi yang diberikan, perlu dilakukan tindakan interpretatif untuk menarik kesimpulan. Peneliti melakukan verifikasi terhadap penelitian yang sudah dilakukan. Verifikasi ini meliputi

makna dan kebenaran dari kesimpulan yang diberikan, dimana makna dan kesimpulan yang kami rumuskan akan diuji kecocokan dan kebenarannya.

Hasil dan Pembahasan

Empathize

Pada tahap proses empati ini, diharuskan memiliki pemahaman yang baik tentang masalah yang dialami oleh konsumen yang sebenarnya. Dalam fase proses penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara dengan partisipan yang mewakili khalayak sasaran dan dengan pemberian kuesioner untuk mengumpulkan informasi yang tidak dapat diakses melalui wawancara. Berikut adalah garis besar tahapan perkembangan empati:

Pengumpulan Data

Proses dimulai dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara.

1. Pertanyaan Kuesioner untuk Para Pelaku Usaha (Pilihan Ganda)
 - a. Pernyataan manakah yang benar tentang Perjanjian Perdagangan Bebas/Free Trade?
 - 1) Perjanjian Perdagangan Bebas membebaskan kewajiban hukum pada negara anggota untuk menghapus pajak internal.
 - 2) Perjanjian yang mengikat secara hukum antara dua atau lebih negara yang memberlakukan kewajiban untuk memberikan perlakuan istimewa terhadap barang, jasa, investasi, pengadaan, pergerakan orang perseorangan, dan kekayaan intelektual.
 - 3) Perjanjian Perdagangan Bebas dapat membuat aturan dan prinsipnya sendiri dan tidak perlu mengikuti aturan Perlakuan Nasional dan MFN.
 - 4) Bab Perdagangan Barang tidak memberikan manfaat nyata di bawah Perjanjian Perdagangan Bebas.
 - b. Di antara pernyataan berikut, manakah yang merupakan keuntungan dari Free Trade Agreement?
 - 1) Pengurangan atau penghapusan tarif bea masuk untuk barang yang memenuhi syarat
 - 2) Pengurangan atau penghapusan tarif tanpa syarat
 - 3) Penambahan biaya ekspor ke negara tujuan
 - 4) Tidak satu pun dari opsi benar
 - c. Apa tujuan penerapan Harmonized Commodity Description dan Coding System (HS)?
 - 1) Memfasilitasi harmonisasi kepabeanan dan prosedur perdagangan berdasarkan kode produk
 - 2) Digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan pabean dan laporan perdagangan
 - 3) Digunakan hanya untuk perdagangan antara mitra FTA

- 4) Menggunakan kode produk untuk memungkinkan pemerintah menerapkan kontrol ketat atas pergerakan barang, aturan asal barang, dan alokasi kuota
- d. Apa yang dimaksud dengan Tarif Bea Masuk Preferensi?
- 1) Tarif bea masuk yang ditetapkan sesuai kesepakatan atau kesepakatan internasional, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan tentang hal tersebut, dikenakan mask duty.
 - 2) Barang spesifik yang memerlukan proses manufaktur spesifik atau operasi khusus untuk menentukan asal barang.
 - 3) Barang spesifik yang memerlukan proses manufaktur spesifik atau operasi khusus untuk menentukan asal barang.
 - 4) Tidak satu pun dari opsi benar
- e. Lihat contoh pernyataan biaya untuk ASEAN-China FTA (ACFTA) berikut ini. Perusahaan BEST memproduksi biskuit di Vietnam untuk diekspor ke China. Bisakah Perusahaan Vietnam yang memproduksi biskuit untuk ekspor ke China memenuhi kandungan kumulatif ACFTA agar memenuhi syarat untuk konsesi tarif bea masuk di bawah ACFTA?

Mohon hitung konten barang yang memenuhi kualifikasi ACFTA.

Biaya Bahan Baku

Tabel 4.1 Pernyataan Biaya

	Negara Asal	Nama Supplier (jika Produksi Lokal)	Biaya Bahan Baku (Cost, Insurance, and Freight)			
			Lokal	Asing	ASEAN atau China	Total
Bahan Mentah						
a. Telur	Indonesia	PT. Siap			\$2.50	\$2.50
b. Gula	Australia	Great.co		\$4.00		\$4.00
c. Gelatin	China	Xixie.co			\$3.50	\$3.50
d. Sirup	Prancis	Baguette.co		\$4.50		\$4.50
Biaya Tenaga Kerja Langsung:						
Upah		Gaji Pekerja	\$1.50			\$1.50
Keuntungan lain		Kesejahteraan Pekerja	\$0.50			\$0.50
Biaya Overhead Langsung						
		Depresiasi (penyusutan)	\$0.50			\$0.50
(Biaya yang tidak berkaitan langsung dengan proses produksi, atau biaya lain-lain):						
Ex-Factory Cost			\$3.50	\$4.50	\$6.00	\$18.00
Profit			\$0.50			\$0.50
Ex-Factory Price			\$4.00			\$18.50

- 1) Tidak, konten kumulatif ASEAN/China adalah 35%
- 2) Ya, konten kumulatif ASEAN/China adalah 54%
- 3) Ya, konten kumulatif ASEAN/China adalah 74,5%

- 4) Ya, konten kumulatif ASEAN/China adalah 60%
- f. Pernyataan mana yang benar tentang Ketentuan Asal Barang/Rules of Origin (ROO)?
 - 1) Menentukan bagaimana aturan Perlakuan Nasional/National Treatment dialokasikan
 - 2) ROO paling cocok untuk barang manufaktur saja
 - 3) ROO memberikan informasi tentang input dan asal dari barang yang akan di ekspor
 - 4) Tidak ada opsi yang benar
- g. Apa yang dimaksud dengan Wholly Obtained?
 - 1) Kriteria di mana suatu barang merupakan barang yang tidak seluruhnya diperoleh atau diproduksi di 1 negara anggota
 - 2) Kriteria di mana suatu barang merupakan barang yang seluruhnya diperoleh atau diproduksi di 1 negara anggota FTA
 - 3) Barang dengan kandungan regional atau bilateral negara anggota yang mencapai presentase nilai tertentu
 - 4) Semua pilihan benar
- h. Apa yang dimaksud dengan Product Specifics Rules?
 - 1) Barang yang proses produksinya menggunakan bahan non-originating dan seluruh bahan non-originating tersebut harus mengalami perubahan klasifikasi
 - 2) Barang dengan kandungan regional atau bilateral negara anggota yang mencapai presentase nilai tertentu
 - 3) Barang spesifik yang memerlukan proses manufaktur spesifik atau operasi khusus untuk menentukan asal barang
 - 4) Barang spesifik yang tidak memerlukan proses manufaktur spesifik atau operasi khusus untuk menentukan asal barang
- i. Yang bukan merupakan salah satu dari 3 ketentuan utama asal barang adalah?
 - 1) Kriteria asal barang (Origin Criteria)
 - 2) Kriteria Pengiriman (Consignment Criteria)
 - 3) Kriteria volume (Volume Criteria)
 - 4) Ketentuan prosedural (Procedural Provisions)
- j. Manakah dari tindakan berikut ini yang BUKAN merupakan Pajak Dalam Negeri?
 - 1) Uni Eropa mengenakan PPN 16% untuk semua penyedot debu yang dijual di pasar domestic
 - 2) Amerika Serikat mengenakan tarif 30% untuk impor kemeja katun
 - 3) China mengenakan bea cukai 50% untuk bir
 - 4) Semua pilihan benar.
- k. Berikut manfaat dari perdagangan internasional, kecuali
 - 1) Memperoleh Devisa

- 2) Menstabilkan Harga-Harga
 - 3) Mempercepat Alih Teknologi
 - 4) Mengurangi Konsumsi
- l. Berikut merupakan pro dan kontra dari perdagangan bebas, yang termasuk sebagai aspek kontra adalah.....
 - 1) Ketersediaan barang dengan banyak pilihan
 - 2) Aliran modal yang bebas
 - 3) Penurunan daya saing industri domestic
 - 4) Sharing teknologi dan informasi
 - m. Berikut perjanjian perdagangan yang telah ditandatangani oleh Indonesia, kecuali...
 - 1) Indonesia Japan EPA
 - 2) ASEAN Trade in Goods Agreement (ATIGA)
 - 3) Indonesia Djibouti PTA
 - 4) Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)
 - n. Berikut jenis perjanjian dagang yang paling umum ada, kecuali...
 - 1) Comprehensive Economic Partnership Agreements (EPA/CEPA)
 - 2) Preferential Trade Arrangements (PTA)
 - 3) Defence Cooperations Agreement (DCA)
 - 4) Free Trade Agreements (FTA)
 - o. Eksportir Indonesia akan melakukan ekspor ke China. Form SKA yang dapat digunakan untuk mendapat tarif preferensi adalah
 - 1) Form ICO
 - 2) Form D
 - 3) Form E
 - 4) Form B
2. Pertanyaan Wawancara untuk Tenaga Ahli FTA Center
 - a. Dengan latar belakang permasalahan pelayanan FTA Center Bandung di atas, apakah perlu dikembangkan *tools* buku panduan pelayanan FTA Center untuk meningkatkan pelayanan FTA dan membantu para pelaku usaha?
 - b. Apakah masalah tersebut dapat diselesaikan dengan dibuatkan *tools* buku panduan pelayanan FTA Center?
 - c. Seberapa butuh para pelaku usaha menggunakan *tools* buku panduan pelayanan FTA Center Bandung untuk memahami ekspor impor?
 - d. Apakah target calon pengguna *tools* sudah siap untuk menggunakan *tools* ini jika *tools* ini sudah tersedia?

Bagaimana cara mendistribusikan buku panduan pelayanan FTA Center Bandung kepada para pelaku usaha?

Pengumpulan Data Kuesioner dan Wawancara

Sebanyak 36 pelaku usaha dan 3 responden ahli FTA Center mengikuti proses pendataan. Berikut adalah beberapa temuan dari survei dan wawancara mendalam:

Tabel 4.1 Resume Jawaban Benar Kuesioner dari 36 Responden Pelaku usaha

Nomor Kuesioner	Persentase	Jumlah responden
1	88.89%	32
2	77.78%	28
3	50,00%	18
4	88.89%	32
5	19.44%	7
6	61.11%	22
7	58.33%	21
8	38.89%	14
9	47.22%	17
10	13.89%	5
11	75.00%	27
12	69.44%	25
13	55.56%	20
14	66.67%	24
15	52.78%	19
Rata-rata	57.59%	21

Resume jawaban wawancara responden dari 3 tenaga ahli FTA Center

1. Ponirin Sugito

Jawaban Pertanyaan

- a. Sangat perlu untuk dikembangkan, karena sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha untuk memberikan informasi terkait kebijakan atau regulasi dan hambatan-hambatan ekspor impor baik di dalam negeri maupun luar negeri. Sehingga bisa meningkatkan ekspor khususnya ekspor UMKM Jawa Barat. Memberikan informasi secara lengkap kepada para pelaku usaha. Dengan adanya buku panduan, para pelaku usaha bisa mendapat pengetahuan khususnya kegiatan ekspor impor.
 - b. Dapat diselesaikan, karena buku panduan ini akan memberikan informasi lebih awal kepada para pelaku usaha untuk mengetahui kegiatan ekspor impor. Dapat membantu para pelaku usaha untuk mempelajari terlebih dahulu sehingga tidak ada pertanyaan yang sama berulang kali kepada tenaga ahli. Dapat menghemat waktu para tenaga ahli.
 - c. Sangat dibutuhkan karena buku ini dapat meningkatkan pemahaman terkait perjanjian internasional yang belum dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku usaha. Buku panduan ini akan lebih mudah dimengerti oleh para pelaku usaha.
 - d. Jika sudah tersedia tools, mereka bisa menggunakannya karena bentuknya yang simple dan mudah digunakan.
 - e. Penyebaran buku panduan pelayanan FTA Center Bandung dapat dilakukan melalui sosial media FTA Center atau melalui website FTA Center.
2. Dessy Irawan Nitisasmita
- Jawaban Pertanyaan
- a. Tools perlu dikembangkan untuk mengoptimalkan fungsi dan peran FTA Center Bandung.
 - b. Tidak sepenuhnya tapi buku panduan tersebut dapat membantu menyelesaikan beberapa kendala FTA Center Bandung
 - c. Sangat membutuhkan selain untuk memberikan informasi juga sebagai edukasi bagi para pelaku usaha.
 - d. Melihat para binaan FTA Center Bandung sudah aware dengan informasi dan berbagai teknologi. Tools yg dibuat sepertinya sudah siap digunakan oleh pelaku usaha.
 - e. Buku panduan ini dapat didistribusikan lewat Para Tenaga Ahli FTA Center kepada para pelaku usaha secara langsung maupun tidak langsung, offline maupun online.
3. Hilmi Agnia
- Jawaban Pertanyaan
- a. Perlu, karena sampai saat ini kebutuhan dasar para pelaku usaha baru FTA Center Bandung cenderung mirip dan cara mengatasi masalahnya pun mirip. Terutama pada layanan konsultasinya. Tentunya dengan harapan bahwa tools ini bisa cukup memformulasikan masalah serta solusi secara umum dan mendasar.

- b. Dengan dibuatkan buku panduan pelayanan FTA Center Bandung, tentu diharapkan bisa membantu menjadi arahan pelaku usaha dalam mengatasi masalah yang umum tanpa perlu melakukan penjadwalan untuk konsultasi secara khusus. Dengan demikian waktu pemahaman dari panduan tersebut akan lebih fleksibel dan efisien.
- c. Pengaruh penggunaan tools buku panduan pelayanan ini akan sangat dibutuhkan terlebih pada pelaku usaha yang baru dan akan mencoba ekspor atau impor. Jika untuk pelaku usaha yang sudah pernah melakukan kegiatan ekspor impor sebelumnya mungkin cenderung akan memiliki masalah yang unik dan mendetail sehingga sebaiknya konsultasi secara langsung perlu dilakukan.
- d. FTA Center Bandung memiliki ratusan pelaku usaha binaan dan masih akan bertambah karena potensi usaha ekspor impor dari Jawa Barat sangat besar. Tentunya calon pengguna sudah ada selama tools ini bisa mencakup solusi dari permasalahan yang mendasar
- e. Langkah pendistribusian yang dapat kita lakukan adalah penyebaran online melalui berbagai platform yang sudah ada di FTA Center seperti WhatsApp, Email, Website, Instagram dan berbagai media sosial FTA lainnya.

Define

Untuk menentukan penekanan kesulitan yang dihadapi oleh responden, harus terlebih dahulu mendapatkan temuan dari proses wawancara dan data dari kuesioner yang dilakukan pada langkah empati. Tujuan dari penelitian ini, yang didasarkan pada tanggapan 39 informan, adalah untuk mendapatkan wawasan tentang kebutuhan dan keprihatinan yang diajukan oleh orang-orang dengan masukan yang signifikan pada pengembangan Prototipe E-book Panduan Layanan Pusat FTA.

Analisis Masalah Pengguna

Kesulitan informan dapat disimpulkan dari informasi yang dikumpulkan pada fase empati. Para ahli di Pusat FTA kesulitan memenuhi permintaan akan layanan mereka dan sering kewalahan dengan banyaknya bisnis yang ingin belajar lebih banyak tentang ekspor dan impor tetapi tidak memiliki pengetahuan untuk melakukannya. Narasumber juga menginginkan sebuah manual elektronik yang memungkinkan berbagi dan penyimpanan data dengan mudah, pengambilan data terkait ekspor yang cepat dan mudah, dan pelatihan pelaku usaha pada umumnya. Dengan demikian, penulis terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk alat bantu buku pegangan yang dirancang penulis.

Analisis Kebutuhan Pengguna

Dalam melakukan analisis kebutuhan, prosedur prototyping manual ini telah disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Berdasarkan tanggapan dari 39 pakar di lapangan, analisis kebutuhan pengguna ini menemukan bahwa ada kebutuhan akan buku pegangan yang ramah

pengguna yang menyediakan akses mudah bagi pengguna ke informasi yang relevan tentang ekspor dan impor.

Ideate

Pada titik ini, masukan dikumpulkan dari 39 narasumber untuk membantu membentuk e-book yang bermanfaat dan sejalan dengan konsep pemikiran desain. Penulis melakukan analisis ide-ide saat ini, membuat hubungan antara mereka dan tuntutan dan tantangan pengguna, setelah memetakannya di tahap ide.

Ide dan Solusi

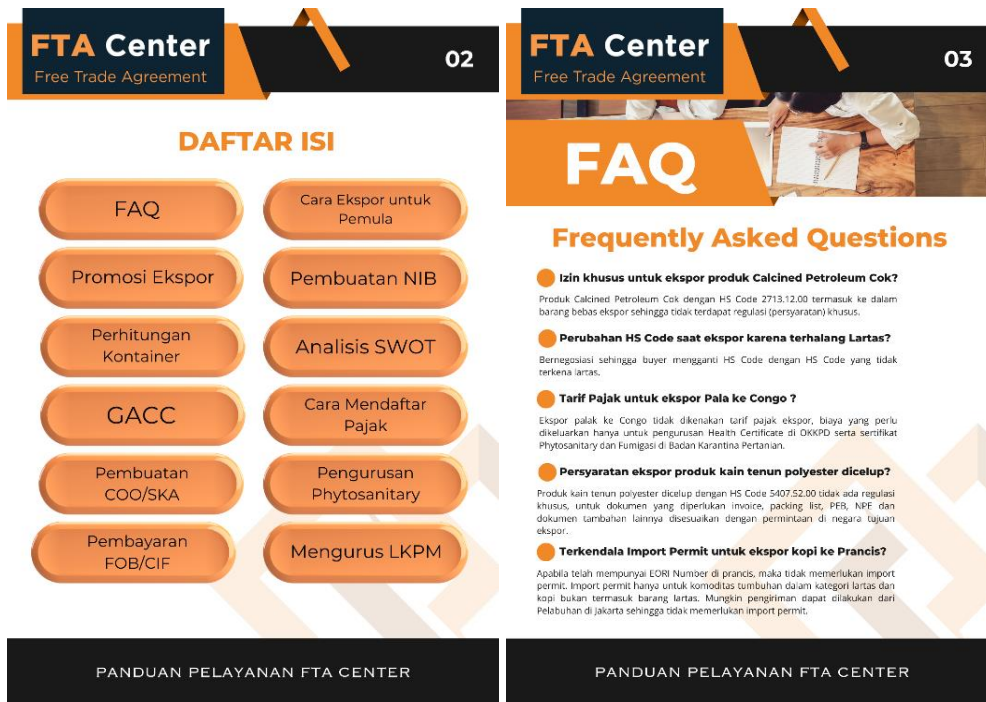
1. Pertahankan desain e-book sesederhana mungkin, gunakan warna yang sederhana (tidak terlalu banyak) dan jelas.
2. Buat fitur tetap sederhana sehingga orang dapat memahaminya.
3. Rancang e-book dengan struktur yang lebih rapi dan teratur.
4. Membuat tampilan informasi yang mudah dibaca dan dipahami.
5. Membuat materi secara ringkas dan to the point.

Prototype

Penulis memasukkan ide yang telah mereka kembangkan pada tahap ideate ke dalam proses desain alat e-book. Gambar di bawah ini menunjukkan beberapa perspektif berbeda dari buku elektronik.



Gambar 4.1 Prototype Bagian Sampul dan Halaman Awal



Gambar 4.2 Prototype Bagian Isi



Gambar 4.3 Prototype Bagian FAQ dan Isi



Pembuatan katalog produk yang menarik agar dapat diberikan ke buyers. FTA Center Bandung juga membantu dalam memperkenalkan, mempromosikan dan menghubungkan ke buyers. FTA Center Bandung juga dapat membantu memberikan informasi apabila akan diadakan business matching dengan negara lain. FTA Center Bandung juga memberikan informasi untuk konsultasi secara offline. Selain itu FTA Center Bandung juga memberikan saran pencarian buyer dengan menggunakan internet, seperti trademap, linkedin.com; importer.tradekey.com; dan zipmec.eu. atau bisa memanfaatkan dengan berjualan di e-commerce; membuat website perusahaan, membuat blogwalking, Membuat Konten yang SEO Friendly; dan memanfaatkan google ads untuk mendapatkan buyers.

Untuk pembuatan NIB hanya memerlukan akta perusahaan dan proses pembuatan di link <https://oss.go.id/>. FTA Center Bandung juga memberikan penjelasan bahwa NIB Berbasis Resiko Rendah, NIB sudah termasuk SNI dan Sertifikat Halal. Sesuai dengan UU Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020. Jadi sudah tidak perlu lagi mengurus SNI dan sertifikat halal. Apabila NIB berbasis Resiko Tinggi maka diperlukan nomor BPOM dan nomor Halal. Sementara untuk verifikasi dan sertifikat Halal akan dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, Kementerian Agama dan COA dari BPOM.

PANDUAN PELAYANAN FTA CENTER

PANDUAN PELAYANAN FTA CENTER

Gambar 4.4 Prototype Bagian Isi



PEMAKAIAN SPACE KONTENER 20 FEET
 Ukuran Luar Kontener 20' = P x L x T = 6,058 X 2,438 X 2,591 M
 Ukuran Dimensi Dalam 20' = P x L x T = 5,919 X 2,340 X 2,380 M = Max 33 CBM

Jumlah Muatan yang sudah di siapkan
 253 Box = 23 Cm X 13 Cm X 18,5 Cm = 5,531,5 Cm
 245 Box = 53 Cm X 39 Cm X 40 Cm = 82,680 Cm
 127 Box = 67 Cm X 38 Cm X 24 Cm = 61,104 Cm

Volume yang terpakai
 0,23 X 0,13 X 0,185 M = 0,0055315 X 253 Box = 1,3994695 CBM
 0,53 X 0,39 X 0,40 M = 0,08268 X 245 Box = 20,256600 CBM
 0,67 X 0,38 X 0,24 M = 0,061104 X 127 Box = 7,760208 CBM
 Volume Kontener yang sudah terpakai = 29,416277 CBM
 Volume Kontener 20' Feet = 5,9 X 2,3 X 2,3 = 31,211000 CBM
 Space Kontener yang masih tersisa = 1,794723 CBM

Aternatif: Bisa di layakan tambahan pesanan untuk memenuhi kapasitas kontener 20' Feet sebesar +/- 1,794 CBM sekitar 10 Box.

Analisis Data
 Analisis yang dilakukan di antaranya :
 1. Analisis SWOT: Analisis ini berguna untuk mengetahui posisi perusahaan dalam pasar berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.
 2. Cara analisis SWOT: Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

Matriks SWOT
 Nilai total dari matrik di gambarkan pada diagram analisis SWOT serta rumus kombinasi matrik SWOT. Setelah didapatkan hasil rumusan kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT dari lingkungan internal dan eksternal pada tabel di atas. Rumusan alternatif strategi merupakan suatu alternatif yang digunakan perusahaan untuk menjalankan bisnis kedepannya. Berikut ini kombinasi strategi matrik yang di dapat dari indikator dan dilakukan penggabungan pada faktor internal dan eksternal kombinasi.

PANDUAN PELAYANAN FTA CENTER

PANDUAN PELAYANAN FTA CENTER

Gambar 4.5 Prototype Bagian Isi



Gambar 4.6 *Prototype* Bagian Isi



Gambar 4.7 *Prototype* Bagian Isi



Gambar 4.8 Prototype Bagian Akhir

Testing

Tahap yang terakhir pada penelitian ini adalah tahap *testing*, di mana *Prototype* yang telah dibuat diuji cobakan pada 3 tenaga ahli FTA Center dan 2 pelaku usaha yang menjadi responden pada tahap wawancara. Uji coba langsung di aplikasi Canva atau Adobe Acrobat Pro, dan diperoleh nilai sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pertanyaan Testing

No	Pertanyaan
1.	Saya merasa E-book Panduan Pelayanan FTA Center ini mudah untuk digunakan
2.	Saya merasa E-book Panduan Pelayanan FTA Center ini sulit untuk digunakan
3.	Saya akan dengan senang hati menggunakan lagi E-book Panduan Pelayanan FTA Center ini
4.	Ada banyak hal yang tidak sesuai dari e-book ini
5.	Fitur-fitur yang ada pada e-book ini sangat membantu kebutuhan saya
6.	Saya merasa kesulitan sehingga membutuhkan bantuan orang lain untuk menggunakan e-book ini
7.	Pemula dapat menggunakan e-book ini
8.	E-book ini membuat saya bingung

9.	Ada hambatan dalam menggunakan e-book ini
10.	E-book ini menuntut saya untuk mengerti banyak hal terlebih dahulu sebelum menggunakannya

Masing-masing pertanyaan dibedakan atas nomor ganjil dan genap, di mana pertanyaan bernomor ganjil memiliki konotasi positif sedangkan pertanyaan bernomor genap berkonotasi negatif. Pengguna akan memberikan nilai menggunakan Skala Likert, yakni SS (Sangat Setuju), S (Setuju), C (Cukup), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Poin 1 diberikan pada jawaban STS, poin 2 diberikan pada jawaban TS, poin 3 akan diberikan pada jawaban C, poin 4 untuk jawaban S, dan poin 5 untuk jawaban sangat setuju.

Berikut merupakan hasil dari penilaian oleh pengguna:

Tabel 4.4 Penilaian Pengguna

Nomor Soal	TA1	TA2	TA3	PU1	PU2
1	5	5	5	5	5
2	1	1	1	2	2
3	5	4	5	5	5
4	2	2	2	2	2
5	5	5	5	4	5
6	1	1	1	1	1
7	5	5	5	5	5
8	1	2	1	1	2
9	5	5	5	5	5
10	2	3	3	3	2

Tabel 4.4 Hasil Penilaian

Nomor Soal	TA1	TA2	TA3	PU1	PU2
1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3
3	4	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3

5	4	4	4	3	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	3	4	4	3
9	4	4	4	4	4
10	3	2	2	2	3
Total	38	36	37	35	36
SUS Score	95	90	92.5	87.5	90

Hasil SUS yang didapatkan nilai rata-rata 91 menggambarkan hasil yang baik bagi *Prototype* buku panduan pelayanan FTA Center. Artinya *Prototype* ini dapat berfungsi dengan baik. Penelitian ini dapat dikatakan berhasil, sehingga *Prototype* buku panduan pelayanan FTA Center dengan metode *design thinking* dapat solusi untuk pelayanan FTA Center yang lebih baik.

Kesimpulan

Kurangnya pengetahuan para pelaku usaha dalam pemahaman prosedur ekspor impor menjadi faktor penyebab munculnya masalah di FTA Center. Tools yang dibuat sebagai respon terhadap masalah yang ada adalah *E-Book* Panduan Layanan FTA Center. *Prototype e-book* ini dibuat sebagai hasil penelitian yang mengutamakan kebutuhan pengguna.

Temuan-temuan penting yang akan digunakan dalam pembuatan Buku Panduan Pelayanan FTA Center diperoleh melalui penelitian dengan Metodologi *Design thinking*. Langkah pertama adalah memahami kebutuhan dan keinginan pengguna. Langkah kedua adalah mendefinisikan masalah. Langkah ketiga menghasilkan sebanyak mungkin sudut pandang serta ide-ide baru. Ide-ide solutif yang dapat digunakan untuk mengatasi berbagai masalah yang sudah didefinisikan sebelumnya. Langkah keempat dalam *design thinking* adalah membuat *Prototype*. *Prototype* ini dapat menguji ide dan desain yang telah dibuat. Akhirnya pada tahap kelima ini, test atau pengujian akan dilakukan. Tahap pengujian juga akan menghasilkan feedback yang berharga untuk melihat tingkat keberhasilan *Prototype* dan meningkatkan performa dari *Prototype*.

Langkah pendistribusian yang dapat dilakukan adalah penyebaran melalui berbagai platform FTA Center. Penyebaran dapat berbentuk konten digital atau buku panduan yang berisi panduan informasi. Media sosial yang sudah ada di FTA Center di antaranya adalah WhatsApp, Email, Website, Instagram dan berbagai media sosial FTA lainnya. Penyebaran juga dapat dilakukan secara langsung melalui Para Tenaga Ahli FTA Center kepada para pelaku usaha.

Solusi adalah membuat desain e-book sesederhana mungkin, gunakan warna yang sederhana (tidak terlalu banyak) dan jelas, membuat fitur yang sederhana sehingga orang dapat memahaminya, merancang e-book dengan struktur yang lebih rapi dan teratur, membuat tampilan informasi yang mudah dibaca dan dipahami, dan membuat materi secara ringkas dan *to the point*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metodologi pendekatan *Design thinking*, didapatkan poin-poin penting yang akan diimplementasikan ke dalam pembuatan Buku Panduan Pelayanan FTA Center.

Daftar Pustaka

- Adam, L., & Negara, S. D. (2017). ASEAN-China Free Trade Agreement: Tantangan dan Peluang Bagi Indonesia. *Masyarakat Indonesia*, 36(2), 1–24.
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi)*.
- Anggara, S. (2015). *Metode Penelitian Administrasi*. CV Pustaka Setia.
- Dyah, A. A. (2018). *ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) dan Penyelundupan Tekstil Asal Tiongkok di Indonesia*. Faculty of Social and Political Science.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Hussein, A. S. (2018). *Metode design thinking untuk inovasi bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Karim, A., Bangun, B., Purnama, I., Harahap, S. Z., Irmayani, D., Nasution, M., Haris, M., & Munthe, I. R. (2020). *Pengantar teknologi informasi*. Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma, metode, dan aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–137.
- Santi, I. H. (2020). *Analisa perancangan sistem*. Penerbit NEM.
- Saputra, B. A., & Nada, N. Q. (2022). Sistem Informasi Pembayaran Menggunakan Invoice di FTA Center Semarang. *Proceeding Science and Engineering National Seminar*, 7(1).
- Saputra, N. (2021). *Penelitian tindakan kelas*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sutanto, A. (2020). *Peta Metode Desain*. Jakarta: Universitas Tarumanagara.
- Syabana, R. I., & Saputra, P. Y. (2020). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan User Interface Aplikasi Kotakku. *Seminar Informatika Aplikatif Polinema*, 47–52.
- Widiana, M. E., & Sinaga, B. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.