

**PERBAIKAN STRATEGI PEMASARAN  
UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK GERABAH  
DI MUGEN CRAFT**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



**Yovita Monic Rinesti**

**19 06 10108**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERBAIKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK GERABAH DI MUGEN CRAFT

yang disusun oleh

Yovita Monic Rinesfi

190610108

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 21 Juli 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Dr. Ir. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Dr. Ir. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Josef Hernawan Nudu, S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 21 Juli 2023

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

td.

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yovita Monic Rinesti

NPM : 190610108

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Usulan Perbaikan Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Produk Gerabah di Mugen Craft" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2022/2023 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Cilacap, 17 Mei 2023

Yang menyatakan,



Yovita Monic Rinesti

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Giyono  
Jabatan : Pemilik Mugen Craft

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Yovita Monic Rinesti  
NPM : 190610108  
Status : Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian Tugas Akhir dan pengambilan data di Mugen Craft dalam rangka penyelesaian Pendidikan Tingkat Sarjana Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Adapun penelitian Tugas Akhir yang dilakukan berjudul "Usulan Perbaikan Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Produk Gerabah di Mugen Craft".

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 23 Juni 2023  
Pemilik Mugen Craft



Giyono

**SURAT PERSETUJUAN PENELITIAN TUGAS AKHIR**

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Teknologi Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dengan hormat,

Dalam rangka menindaklanjuti permohonan yang dikirimkan kepada kami, dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Yovita Monic Rinesti  
NPM : 190610108

Mahasiswa tersebut dapat kami terima untuk melaksanakan Penelitian Tugas Akhir dalam rangka penyelesaian Pendidikan Tingkat Sarjana Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian dilakukan mulai dari tanggal 30 September 2022 hingga berakhirnya pelaksanaan Tugas Akhir.

Demikian surat persetujuan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 2 Desember 2022

  
GIYOND  
Pemilik Mugen Craft

## KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu. Adapun Tugas Akhir yang penulis buat memiliki judul “Perbaikan Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Produk Gerabah di Mugen Craft”. Tugas Akhir yang telah penulis buat berisikan hasil identifikasi permasalahan pemasaran di Mugen Craft, merancang usulan perbaikan, dan hasil implementasi dari perbaikan yang telah dilakukan.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungannya dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. A. Teguh Siswanto, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Ir. Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., Dr.Eng. selaku Ketua Departemen Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Ir. Lenny Halim, S.T., M.Eng. selaku Ketua Program Studi S1 Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Ir. Baju Bawono, S.T., M.T., IPU selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan dan selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Bapak Giyono selaku pemilik Mugen Craft yang telah menyetujui usahanya sebagai objek penelitian penulis dan telah memberikan dukungan kepada penulis.
6. Kedua orang tua, adik, dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir.
8. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian Tugas Akhir.

Penulis memahami bahwa Tugas Akhir yang penulis buat masih memiliki kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan mohon maaf atas kekurangan dan kesalahan yang terdapat di Tugas Akhir ini. Penulis berharap bahwa penelitian Tugas Akhir ini dapat memberikan dampak positif terhadap kemajuan usaha Mugen Craft, khususnya dalam bidang pemasaran. Penulis juga

berharap agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk menambah pengetahuan. Terima kasih.

Cilacap, 14 Mei 2023

ttd.

Yovita Monic Rinesti



## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan Tugas Akhir	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Surat Keterangan Penelitian	iv
	Surat Persetujuan Penelitian Tugas Akhir	v
	Kata Pengantar	vi
	Daftar Isi	viii
	Daftar Tabel	x
	Daftar Gambar	xi
	Daftar Lampiran	xiv
	Intisari	xv
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	4
	1.3. Tujuan	4
	1.4. Batasan	4
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	5
	2.1. Tinjauan Pustaka	5
	2.2. Dasar Teori	15
3	Metodologi Penelitian	22
	3.1. Tahap <i>Empathize</i>	22
	3.2. Tahap <i>Define</i>	24
	3.3. Tahap <i>Ideate</i>	26
	3.4. Tahap <i>Prototype</i>	27
	3.5. Tahap <i>Test</i>	29
	3.6. Jadwal	31
	3.7. Keunikan Penelitian	31
	3.8. Standar/Kode Etik yang Berlaku	32



4	Pengembangan dan Pemilihan Alternatif Solusi	33
	4.1. Penelusuran Akar Masalah	33
	4.2. Pengembangan Alternatif Solusi	35
	4.3. Pemilihan Solusi	35
	4.4. Pemilihan Metode dan <i>Tools</i>	37
5	Pengumpulan Data dan Analisis Data	40
	5.1. Data Kuesioner	40
	5.2. Informasi Produk	51
	5.3. Foto Produk	55
	5.4. Karakteristik Tiga Alternatif Solusi Strategi Pemasaran	58
	5.5. Penentuan Solusi Untuk Implementasi	61
	5.6. Perancangan Konsep Pemasaran di Instagram	64
	5.7. Perancangan Konsep Pemasaran melalui Facebook	65
6	Implementasi	66
	6.1. Implementasi	66
	6.2. Hasil Implementasi	78
	6.3. Penjualan Setelah Implementasi	93
	6.4. Perbandingan Kondisi Sebelum Implementasi dan Sesudah Implementasi	96
	6.5. Biaya Implementasi	102
	6.6. Panduan Promosi di Media Sosial Instagram dan Facebook	102
7	Penutup	109
	7.1. Kesimpulan	109
	7.2. Saran	111
	Daftar Pustaka	112
	Lampiran	117

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Rangkuman Tinjauan Pustaka	11
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian Tugas Akhir	31
Tabel 4.1. Penentuan Akar Masalah Dengan Metode Eisenhower Matrix	34
Tabel 4.2. Pengembangan Alternatif Solusi	35
Tabel 4.3. Pemilihan Alternatif Solusi Dengan Metode Eisenhower Matrix	36
Tabel 4.4. Pemilihan Metode	37
Tabel 4.5. Pemilihan <i>Tools</i>	39
Tabel 5.1. Hasil Penjualan Produk Gerabah di Mugen Craft	52
Tabel 5.2. Rincian Diagram Pareto Seluruh Produk	53
Tabel 5.3. Rincian Diagram Pareto Produk Laku Dijual	54
Tabel 5.4. Matriks Pembobotan Kriteria	61
Tabel 5.5. Skala Penilaian 3 Titik	62
Tabel 5.6. Matriks Evaluasi Alternatif Solusi	63
Tabel 6.1. Jadwal Unggahan Konten	74
Tabel 6.2. Hasil Penjualan Setelah Implementasi	93
Tabel 6.3. Rekapitulasi Hasil Penjualan Setelah Implementasi	93
Tabel 6.4. Rekapitulasi Perhitungan Penjualan	96
Tabel 6.5. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Implementasi	98
Tabel 6.6. Biaya Implementasi	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Hasil Penjualan di Mugen Craft	2
Gambar 2.1. Eisenhower Matrix	20
Gambar 3.1. Diagram Alir Tahap <i>Empathize</i>	23
Gambar 3.2. Diagram Alir Tahap <i>Define</i>	25
Gambar 3.3. Diagram Alir Tahap <i>Ideate</i>	26
Gambar 3.4. Diagram Alir Tahap <i>Prototype</i>	28
Gambar 3.5. Diagram Alir Tahap <i>Test</i>	30
Gambar 4.1. <i>Cause-Effect Diagram</i> Akar Masalah di Mugen Craft	33
Gambar 5.1. Jawaban Pertanyaan 1	41
Gambar 5.2. Jawaban Pertanyaan 2	42
Gambar 5.3. Jawaban Pertanyaan 3	42
Gambar 5.4. Jawaban Pertanyaan 4	42
Gambar 5.5. Jawaban Pertanyaan 5	43
Gambar 5.6. Jawaban Pertanyaan 6	44
Gambar 5.7. Jawaban Pertanyaan 7	44
Gambar 5.8. Jawaban Pertanyaan 8	44
Gambar 5.9. Jawaban Pertanyaan 9	45
Gambar 5.10. Jawaban Pertanyaan 10	46
Gambar 5.11. Jawaban Pertanyaan 11	46
Gambar 5.12. Jawaban Pertanyaan 12	46
Gambar 5.13. Jawaban Pertanyaan 13	47
Gambar 5.14. Jawaban Pertanyaan 14	47
Gambar 5.15. Jawaban Pertanyaan 15	47
Gambar 5.16. Jawaban Pertanyaan 16	48
Gambar 5.17. Jawaban Pertanyaan 17	48
Gambar 5.18. Jawaban Pertanyaan 18	49
Gambar 5.19. Jawaban Pertanyaan 19	49
Gambar 5.20. Jawaban Pertanyaan 20	50
Gambar 5.21. Jawaban Pertanyaan 21	50
Gambar 5.22. Jawaban Pertanyaan 22	51
Gambar 5.23. Diagram Pareto Seluruh Produk Gerabah	54
Gambar 5.24. Diagram Pareto Produk Gerabah Laku Dijual	55
Gambar 5.25. Guci 1	55

Gambar 5.26. Guci 2	55
Gambar 5.27. Pot 1	56
Gambar 5.28. Pot 2	56
Gambar 5.29. Pot 3	56
Gambar 5.30. Pot 4	56
Gambar 5.31. Vase 1	57
Gambar 5.32. Vase 2	57
Gambar 5.33. Vase 3	57
Gambar 5.34. Botol 1	57
Gambar 5.35. Botol 2	58
Gambar 5.36. Bokor 1	58
Gambar 5.37. Bokor 2	58
Gambar 5.38. Aplikasi Wix	59
Gambar 5.39. Logo Instagram	59
Gambar 5.40. Logo Facebook	60
Gambar 5.41. Logo Shopee	60
Gambar 5.42. Tampilan <i>Software Canva</i>	64
Gambar 6.1. Tampilan Profil Instagram	66
Gambar 6.2. Tampilan Konten Instagram 1	67
Gambar 6.3. Tampilan Konten Instagram 2	67
Gambar 6.4. Tampilan Postingan di Instagram	67
Gambar 6.5. Tampilan <i>Reel</i> 1	68
Gambar 6.6. Tampilan <i>Reel</i> 2	68
Gambar 6.7. Tampilan Profil Akun Facebook	69
Gambar 6.8. Tampilan Unggahan Foto di Facebook	69
Gambar 6.9. Tampilan Unggahan Produk di Grup 1	70
Gambar 6.10. Tampilan Unggahan Produk di Grup 2	70
Gambar 6.11. Tampilan Unggahan Produk di Grup 3	70
Gambar 6.12. Tampilan Unggahan Produk di Grup 4	71
Gambar 6.13. Tampilan <i>Marketplace</i> 1	71
Gambar 6.14. Tampilan <i>Marketplace</i> 2	72
Gambar 6.15. Tampilan <i>Marketplace</i> 3	72
Gambar 6.16. Tampilan Tawaran <i>Marketplace</i>	72
Gambar 6.17. Waktu Unggahan di Instagram	78
Gambar 6.18. Waktu Unggahan di Facebook	78

Gambar 6.19. Komentar Instagram 1	79
Gambar 6.20. Komentar Instagram 2	79
Gambar 6.21. Tampilan DM Instagram	80
Gambar 6.22. Gambaran Umum <i>Insight</i> Akun	80
Gambar 6.23. Jangkauan Akun	81
Gambar 6.24. Jangkauan Konten 1	81
Gambar 6.25. Jangkauan Konten 2	82
Gambar 6.26. Aktivitas Profil	82
Gambar 6.27. Interaksi Akun	83
Gambar 6.28. Interaksi Konten 1	83
Gambar 6.29. Interaksi Konten 2	84
Gambar 6.30. Komentar Facebook 1	85
Gambar 6.31. Komentar Facebook 2	85
Gambar 6.32. Komentar Facebook 3	85
Gambar 6.33. Komentar Facebook 4	86
Gambar 6.34. Komentar Facebook 5	86
Gambar 6.35. Komentar Facebook 6	86
Gambar 6.36. Unggahan <i>Like</i> Terbanyak di Profil	87
Gambar 6.37. Unggahan <i>Like</i> Terbanyak di Grup 1	87
Gambar 6.38. Unggahan <i>Like</i> Terbanyak di Grup 2	88
Gambar 6.39. Unggahan <i>Like</i> Terbanyak di Grup 3	88
Gambar 6.40. Unggahan <i>Like</i> Terbanyak di Grup 4	89
Gambar 6.41. Tawaran 1	89
Gambar 6.42. Tawaran 2	90
Gambar 6.43. Tawaran 3	90
Gambar 6.44. <i>Screenshot Chat</i> WhatsApp 1	91
Gambar 6.45. <i>Screenshot Chat</i> WhatsApp 2	91
Gambar 6.46. <i>Screenshot Chat</i> WhatsApp 3	92
Gambar 6.47. <i>Screenshot Chat</i> WhatsApp 4	92
Gambar 6.48. Tampilan Instagram Sebelum Implementasi	97
Gambar 6.49. Tampilan Instagram Sesudah Implementasi	97
Gambar 6.50. Tanggapan Pemilik Mugen Craft Mengenai Penggunaan Facebook	100
Gambar 6.51. Tanggapan Pembeli Mugen Craft Mengenai Penggunaan Facebook	101

Gambar 6.52. Cover Panduan	103
Gambar 6.53. Pengertian Promosi dan Media Sosial	103
Gambar 6.54. Langkah-Langkah Pembuatan Akun Instagram Bisnis	103
Gambar 6.55. Promosi di Instagram	104
Gambar 6.56. Cara Mengunggah Konten di Instagram	104
Gambar 6.57. <i>Insight</i> Instagram 1	104
Gambar 6.58. <i>Insight</i> Instagram 2	105
Gambar 6.59. <i>Insight</i> Instagram 3	105
Gambar 6.60. Langkah-Langkah Pembuatan Akun Facebook	105
Gambar 6.61. Promosi di Facebook	106
Gambar 6.62. Cara Mengunggah Konten di Halaman dan Grup Facebook	106
Gambar 6.63. Cara Membuat Tawaran di <i>Marketplace</i> Facebook	106
Gambar 6.64. Pengukuran Hasil Unggahan di Facebook	107
Gambar 6.65. Biaya Implementasi	107
Gambar 6.66. Halaman Penutup	107



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Penjualan di Mugen Craft pada Tahun 2022	117
Lampiran 2. Transkrip Wawancara 1	118
Lampiran 3. Transkrip Wawancara 2	119
Lampiran 4. Transkrip Wawancara 3	121
Lampiran 5. Referensi Pertanyaan di Kuesioner	122
Lampiran 6. Data Produk dan Harga Produk di Mugen Craft	125
Lampiran 7. Nota Penjualan 1	131
Lampiran 8. Nota Penjualan 2	131
Lampiran 9. Nota Penjualan 3	131
Lampiran 10. Nota Penjualan 4	132
Lampiran 11. Nota Penjualan 5	132
Lampiran 12. Nota Pembayaran Indihome	132
Lampiran 13. Hasil Turnitin Laporan Tugas Akhir Halaman 1	133
Lampiran 14. Hasil Turnitin Laporan Tugas Akhir Halaman 2	133



## INTISARI

Mugen Craft adalah UMKM yang memproduksi produk keramik atau gerabah di Indonesia. Permasalahan di Mugen Craft berupa penurunan penjualan karena pemasaran yang kurang. Pemilik Mugen Craft mengungkapkan bahwa pemasaran yang diterapkan masih kurang dan menginginkan peningkatan penjualan sebesar 5%. Berdasarkan data penjualan pada Maret 2022 sampai dengan November 2022, Mugen Craft mengalami penurunan penjualan. Salah satu pekerja Mugen Craft menginginkan peningkatan pemasaran produk karena jumlah penjualan mempengaruhi pendapatannya. Salah satu pembeli mengungkapkan bahwa upaya pemberian informasi produk perlu ditingkatkan dengan sesering mungkin memperbarui posting.

Penelitian diawali dengan tahap *emphatize* untuk mencari informasi dan permasalahan di objek penelitian. Setelah itu, penelitian dilanjutkan dengan membuat rumusan masalah dan pemilihan solusi serta metode yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *marketing mix 7P* untuk identifikasi akar masalah dan *Eisenhower matrix* untuk pengambilan keputusan akar masalah serta alternatif solusi. Selain itu, terdapat metode *weighted objectives* untuk mengevaluasi alternatif solusi sehingga mendapatkan alternatif terbaik, yaitu promosi melalui media sosial. Pengambilan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan perancangan solusi dan pengujian atau implementasi solusi.

Total penjualan yang didapatkan setelah implementasi solusi sebesar Rp22.676.000,00 dari penjualan sebelumnya sebesar Rp14.927.222,22. Kenaikan penjualan yang didapatkan sebesar Rp7.748.777,8 atau 51,9%. Dengan demikian, solusi yang diterapkan telah memenuhi *Critical Success Factor* peningkatan penjualan sebesar 5%.

Kata kunci: Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Gerabah, *Marketing Mix 7P*, *Eisenhower Matrix*, *Weighted Objectives*.