

# **STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO X**

## **TUGAS AKHIR**

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



**Devano Christopher P.S  
NPM. 190610276**

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO X

yang disusun oleh

Devano Christopher Purwandi Soelistijo

190610276

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 27 Juli 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Prof. Ir. The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Ir. Hadisantono, ST., MT., Ph.D.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Prof. Ir. The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Ika Murti Kristiyani, M.Pd.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Ir. Fransiska Hernina Puspitasari, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 27 Juli 2023

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

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

### PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devano Christopher P.S

NPM : 190610276

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Toko X merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2022/2023 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

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

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 25 Juli 2023



Devano Christopher P.S

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih karunia dan berkatnya yang melimpah karena telah diberikan kesehatan, kesempatan, serta ilmu pengetahuan untuk menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan cukup baik dan tepat pada waktu. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka pemenuhan syarat kelulusan Program Sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus yang menyertai dari awal hingga akhir pelaksanaan Tugas Akhir .
2. Bapak Prof. Dr. Eng. The Jin Ai, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing pertama dalam menyusun Tugas Akhir ini.
3. Bapak Ir. Hadisantono, S.T., M.T., Ph.D., selaku dosen pembimbing kedua dalam menyusun Tugas Akhir ini.
4. Ibu Ika Murti Kristiyani, S.Pd., M.Pd., selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir ini.
5. Ibu Ir. Fransiska Hernina Puspitasari, S.T., M.Sc., selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir ini.
6. Dosen-dosen Prodi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang membantu memberikan arahan-arahan dan saran dalam melakukan penulisan Tugas Akhir ini.
7. Orang tua penulis yang memberikan dukungan berupa biaya maupun kata-kata dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Valencia Christabel Winoto selaku orang terdekat yang selalu memberikan semangat, motivasi, dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan Penyusunan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar dapat dijadikan refleksi dalam pembuatan laporan selanjutnya. Akhir kata, penulis

berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan mohon maaf sebesar-besarnya jika ada salah kata di dalam penulisan

Yogyakarta, 1 Juli 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	vi
	Daftar Tabel	viii
	Daftar Gambar	ix
	Intisari	x
1	Pendahuluan	
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Pemetaan dan Penelusuran Akar Masalah	5
	1.3. Rumusan Masalah	8
	1.4. Tujuan Penelitian	9
	1.4. Batasan Penelitian	9
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	10
	2.1. Tinjauan Pustaka	10
	2.2. Dasar Teori	15
3	METODOLOGI PENELITIAN	34
	3.1. Tahap Penelitian	34
	3.2. Standar-Standar dan Kode Etik	39
4	PERANCANGAN SOLUSI	40
	4.1. Pencarian dan Pemilihan Alternatif Solusi	40
	4.2. Pengumpulan Strategi	42
	4.3. <i>Marketing Plan</i>	50
5	IMPLEMENTASI	63

6	HASIL IMPLEMENTASI	70
7	KESIMPULAN DAN SARAN	76
	7.1. Kesimpulan	76
	7.2. Saran	76
	Daftar Pustaka	xi



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Semua Jenis Kertas yang Dijual Toko X	4
Tabel 1.2. Klasifikasi ABC Jenis Kertas yang Dijual pada Tahun 2022 oleh Toko X	4
Tabel 1.3. Data Penjualan Pelanggan 2022	6
Tabel 2.1. Perbandingan Jurnal-Jurnal Peneliti Terdahulu	12
Tabel 4.1. Kategori Risiko Biaya	41
Tabel 4.2. Penilaian Bobot pada Faktor <i>Strength</i>	45
Tabel 4.3. Penilaian Bobot pada Faktor <i>Weakness</i>	46
Tabel 4.4. Penilaian Bobot pada Faktor <i>Opportunity</i>	47
Tabel 4.5. Penilaian Bobot pada Faktor <i>Threat</i>	47
Tabel 4.6. Matriks SWOT	48
Tabel 4.7. Beberapa Strategi dari Ketiga Metode	50
Tabel 4.8. Harga Beli Toko X Varian Lama	52
Tabel 4.9. Harga Beli Toko X Varian Baru	52
Tabel 4.10. Perincian Biaya Pengiriman Varian Baru yang Belum Dipotong ke Tempat Jasa Potong	52
Tabel 4.11. Perbandingan Harga Jual Toko X sebelum Ada Variasi Produk Baru (Rupiah)	53
Tabel 4.12. Perbandingan Harga Jual Toko X setelah Ada Variasi Produk Baru	53
Tabel 4.13. Komposisi Penambahan Stok Varian Baru AP 120 A3+	54
Tabel 4.14. Jadwal Perencanaan Metode <i>Door to Door</i>	59
Tabel 4.15. Simulasi Diskon 3% KCDF4	60
Tabel 4.16. Simulasi Diskon 3% AP 120 A3+	61
Tabel 5.1. Aktivitas saat Implementasi	64
Tabel 6.1. Hasil dari Aktivitas Implementasi	70
Tabel 6.2. Data Penjualan Selama Implementasi	73
Tabel 6.3. Data Penjualan Tahun 2022	74
Tabel 6.4. Perbandingan Penjualan bulan Juli 2022 dan Juli 2023	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Total Penjualan Toko X dalam Rupiah	2
Gambar 1.2. Penelusuran Akar Masalah dengan 5 <i>Why Analysis Tool</i>	8
Gambar 2.1. Kuadran Matriks BCG	21
Gambar 2.2. Siklus Hidup Produk	24
Gambar 2.3. Matriks SWOT	31
Gambar 2.4. Kuadran Matriks SWOT	32
Gambar 3.1. Diagram Aliran Tahap <i>Emphahize</i>	35
Gambar 3.2. Diagram Aliran Tahap <i>Define the Problem</i>	36
Gambar 3.3. Diagram Aliran Tahap <i>Ideate and Selection Solution</i>	37
Gambar 3.4. Diagram Aliran Tahap <i>Prototype and Test</i>	38
Gambar 4.1. Data Sosial Media Terbanyak di Januari 2023 menurut goodstats.id	55
Gambar 4.2. Komparasi dari <i>Facebook</i> (Paling Kiri), <i>Instagram</i> (Tengah), dan <i>Tiktok</i> (Paling Kanan)	56
Gambar 4.3. Profil Akun yang Dibuat di <i>Facebook</i>	57
Gambar 4.4. Contoh <i>Marketing Plan</i> Postingan di <i>Facebook</i>	57
Gambar 4.5. Cobntoh <i>Marketing Plan</i> Poster Etalase	58
Gambar 4.6. Contoh <i>Marketing Plan</i> Stiker Layanan Pelanggan	59
Gambar 5.1. Akun <i>Facebook</i> Toko X	65
Gambar 5.2. Postingan Toko X di <i>Marketplace Facebook</i>	66
Gambar 5.3. Slogan Poster dan Stiker Keluhan Pelanggan pada Etalase	67
Gambar 5.4. AP 120 A3+ (Kiri) dan AP 120 A3+ Varian Baru (Kanan)	68

## INTISARI

Pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan penjualan juga di tahun 2019 hingga sampai sekarang penjualan Toko X susah untuk mengalami kenaikan lagi. Selain itu, banyak munculnya pesaing baru yang mengakibatkan total penjualan Toko X yang menurun selama 5 tahun terakhir (2018-2022). Munculnya pesaing baru yang membanting harga ini menyebabkan Toko X susah untuk memenangkan persaingan pasar sehingga diperlukan strategi-strategi yang ampuh untuk mengatasi hal ini.

Untuk mendapatkan strategi-strategi dalam menunjang kenaikan penjualan Toko X diperlukan langkah-langkah yang tepat. Untuk memunculkan solusi-solusi, diperlukan referensi dari jurnal-jurnal, skripsi, maupun buku ahli. Setelah munculnya beberapa solusi, dilakukan pemilihan solusi menggunakan wawancara *stakeholder* dan metode-metode, seperti analisis risiko. Kemudian setelah solusi terpilih, maka dilakukan perancangan solusi menggunakan metode-metode yang telah didapatkan dari riset beberapa jurnal, metode yang dipakai berkaitan dengan strategi pemasaran. Strategi Pemasaran sangat berkaitan erat dengan permasalahan yang dialami Toko X terkait dengan persaingan harga. Maka beberapa metode strategi pemasaran yang akan digunakan adalah Matriks BCG, PLC dengan kombinasi 4P, dan SWOT, setelah itu strategi-strategi yang terkumpul akan dibuat *marketing plan*-nya, seperti *door to door*, meningkatkan pelayanan, dan melakukan promosi

*Marketing Plan* yang telah dibuat kemudian diimplementasikan ke Toko X selama 2 minggu lebih 2 hari. Hasil dari implementasi sudah mencapai target dari CSF yang mana mengharuskan naik 5% jika dibandingkan bulan Juli 2022. Maka penelitian ini dikatakan sukses karena bulan Juli 2023 dan Juli 2022, jika dibandingkan sudah naik lebih dari 5% sehingga dapat disimpulkan sudah mencapai CSF.

**Kata Kunci** : Strategi pemasaran, Matriks BCG, PLC dengan kombinasi 4P, SWOT, *marketing plan*.