

**PERBAIKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN ROL  
FILM LOKAL DI TOMO FILM**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi Sebagai Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Teknik Industri**



**Rafael Pandu Christo**

**190610216**

**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 MENINGKATKAN PENJUALAN ROL FILM LOKAL DI TOMO  
FILM

yang disusun oleh

Rafael Pandu Christo

190610216

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 28 Agustus 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Ir. Lenny Halim, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Ir. Hadisantono, ST., MT., Ph.D.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Ir. Lenny Halim, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: F. Edwin Wiranata, S.Pd., M.Sc.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Ir. Fransiska Hernina Puspitasari, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 28 Agustus 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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rafael Pandu Christo

NPM : 1906 10216

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Perbaikan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Rol Film Lokal di Tomo Film” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2022/2023 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Jika di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian 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 sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 17 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Rafael Pandu Christo

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan berkat-Nya dalam penyelesaian tugas akhir ini. Tanpa belas kasih-Nya, banyak kesulitan yang terjadi dalam menyelesaikan studi serta tugas akhir di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Besar rasa syukur yang dirasakan, atas selesainya seluruh rentetan studi, dengan ditutup oleh tugas akhir yang berjudul “Perbaikan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Rol Film Lokal di Tomo Film” ini.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, banyak ucapan terimakasih yang diucapkan terhadap Ayah dan Bunda, yang selalu memberikan dukungan, baik afeksi, ekonomi serta dalam bentuk doa tentunya, yang menjadi dorongan tersendiri dalam menyelesaikan studi serta tugas akhir ini.

Selanjutnya, disampaikan banyak terimakasih terhadap dosen pembimbing satu, yaitu kepada Ibu Ir. Lenny Halim, S.T., M.Eng, serta dosen pembimbing dua, yaitu Bapak Ir. Hadisantono, S.T., M.T., Ph.D. Bantuan serta arahan yang diberikan, yang sangat mempermudah penyelesaian tugas akhir ini.

Tak lupa, ucapan terimakasih diberikan kepada Mas Bene dan Mbak Gadis, serta pihak keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya. Namun terlepas dari itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih karena selalu memberikan dukungan dalam bentuk afeksi dan dukungan-dukungan lainnya, yang mungkin tidak bisa disebutkan.

Lalu, ucapan terimakasih juga untuk Manna Rosetta Purba, selaku pacar saya selama perkuliahan, hingga penyelesaian tugas akhir dan skripsi masing-masing. Terimakasih atas dukungan, rasa sayang serta kebaikan yang dihadirkan ketika penulis sudah merasa buntu dan seperti tidak ada jalan keluar.

Selanjutnya, tak lupa penulis mengucapkan terimakasih banyak terhadap Alm. Marcellinus Arya Yudistira Setiawan yang sudah menemani penulis sejak inisiasi, perkuliahan baik *online* maupun *offline*, nongkrong setiap malam, hingga KP. Namun siapa sangka kita hanya diberi waktu berteman pas 3 tahun saja. Untuk waktu yang singkat tersebut, penulis mengucapkan banyak terimakasih, dan semoga kita dapat dipertemukan kembali di lain waktu ya Cel.

Dan terkakhir, ucapan terimakasih diberikan terhadap Dhiyas, Otniel, Weda, Andrew, Chartenz, Ale, Kevin, Resha, Piyan, Iyan, Aldo, Tito, Dewa, Pace, Dicky, Duta, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih

atas dukungan, hiburan serta tempat saling tukar pikiran dan ditambah lagi, teman seperjuangan. Semoga lekas terselesaikan masing-masing tugas akhir/skripsinya.

Akhir kata, besar harapan terkait tugas akhir ini, semoga dapat memberikan wawasan, lalu memiliki manfaat lebih untuk pembaca dalam menemukan inovasi untuk mengembangkan industri di seluruh aspek. Semoga dengan adanya tugas akhir ini, dapat menjadikan inspirasi untuk angkatan-angkatan selanjutnya yang memiliki hubungan meningkatkan suatu badan usaha kecil dan menengah di manapun itu.

Yogyakarta, 15 Agustus 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rafael Pandu Christo', with a stylized flourish at the end.

Rafael Pandu Christo

## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	vi
	Daftar Gambar	viii
	Daftar Tabel	xi
	Daftar Lampiran	xiii
	Intisari	xiv
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Pemetaan dan Penelusuran Akar Masalah	3
	1.3. Rumusan Masalah	5
	1.4. Tujuan Penelitian	5
	1.5. Batasan Masalah	6
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	7
	2.1. Tinjauan Pustaka	7
	2.2. Dasar Teori	17
3	Pengembangan dan Pemilihan Alternatif Solusi	29
	3.1. Penelusuran Masalah	29
	3.2. Pembangkitan Alternatif Solusi	31
	3.3. Pemilihan Solusi	33
	3.4. Pemilihan Metode dan <i>Tools</i>	39
	3.5. Kode Etik Penelitian	40
	3.6. Keunikan Permasalahan	40
4	Metodologi Penelitian	41
	4.1. Tahap <i>Empathize</i>	41
	4.2. Tahap <i>Define</i>	43

4.3. Tahap <i>Ideate</i>	45
4.4. Tahap <i>Prototype</i>	47
4.5. Tahap <i>Test</i>	49
5 Menentukan <i>Product Positioning Planning Plan</i> dari Tomo Film dengan Metode <i>Product Life Cycle (PLC)</i>	51
5.1. Data Penjualan Tomo Film Tahun 2022	51
5.2. Perhitungan Data Penjualan	54
6 Perancangan dan Pemilihan Strategi Pemasaran	58
6.1. Tahap Pengerjaan Metode AHP	58
7 Perancangan dan Penyusunan Kuesioner	72
7.1. Tujuan Penggunaan Kuesioner	72
7.2. Komponen Kuesioner	73
7.3. Penyusunan Kuesioner	76
7.4. Hasil Kuesioner, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
8 Implementasi	104
8.1. Pra Implementasi	104
8.2. Implementasi	105
9 Kesimpulan	114
9.1. Kesimpulan	114
9.2. Saran	114
Daftar Pustaka	xv
Lampiran	xix

## DAFTAR GAMBAR

JUDUL GAMBAR	HAL
Gambar 1.1. Grafik Hasil Penjualan Tomo Film Tahun 2022	3
Gambar 2.1. Matriks BCG	21
Gambar 2.2. Kurva <i>Product Life Cycle</i>	24
Gambar 3.1. <i>Interrelationship Diagram</i>	30
Gambar 4.1. Flowchart Tahap <i>Empathize</i>	42
Gambar 4.2. <i>Flowchart</i> Tahap <i>Define</i>	44
Gambar 4.3. <i>Flowchart</i> Tahap <i>Ideate</i>	46
Gambar 4.4. <i>Flowchart</i> Tahap <i>Prototype</i>	48
Gambar 4.5. <i>Flowchart</i> Tahap <i>Test</i>	50
Gambar 5.1. Grafik Hasil Penjualan Tomo Film Tahun 2022	53
Gambar 5.2. Grafik Perbandingan Jumlah Penjualan Rol Impor dan Lokal Tahun 2022	53
Gambar 6.1. <i>Hierarchy</i> Alternatif Solusi	59
Gambar 6.2. Nilai <i>Random Index</i>	65
Gambar 7.1. Letak Tomo Film pada Peta Yogyakarta	74
Gambar 7.2. Komunitas Kamera Analog Jogjakarta (ANALOG)	75
Gambar 7.3. Diagram Histogram Usia Responden	79
Gambar 7.4. <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	80
Gambar 7.5. <i>Pie Chart</i> Pendapatan Bulanan Responden	80
Gambar 7.6. <i>Pie Chart</i> Pernah Mendengar <i>Pop Up Store</i> Sebelumnya	82
Gambar 7.7. <i>Pie Chart</i> Ikut Serta Pada Suatu <i>Pop Up Store</i> Meskipun Acara Serupa	82
Gambar 7.8. <i>Pie Chart</i> Berapa Kali Anda Datang Ke <i>Pop Up Store</i>	83
Gambar 7.9. Diagram Histogram Tenant Apa Yang Membuat Anda Datang Ke Acara Tersebut	84
Gambar 7.10. <i>Pie Chart</i> Mengapa Anda Datang ke Acara <i>Pop Up Store</i>	84
Gambar 7.11. <i>Pie Chart</i> Bentuk Kerjasama yang Menguntungkan Semua Pihak Termasuk Konsumen, <i>Tenant</i> yang Sedang <i>Pop Up</i> Serta <i>Venue</i>	85



Gambar 7.12. <i>Pie Chart</i> Tema Apa Seperti Apa yang Dapat Membuat Anda Tertarik Untuk Mengunjungi Venue	86
Gambar 7.13. <i>Pie Chart</i> Lokasi yang Memungkinkan Untuk Acara Tersebut Diadakan	86
Gambar 7.14. Diagram Histogram Waktu yang Tepat Untuk Acara Tersebut Diadakan	87
Gambar 7.15. <i>Pie Chart</i> Apakah Anda Pernah Mendengar Tentang Tomo Film Sebelumnya	88
Gambar 7.16. <i>Pie Chart</i> Apakah Anda Pernah Menggunakan Kamera Analog Sebelumnya	88
Gambar 7.17. <i>Pie Chart</i> Jenis Rol Film Apa yang Sering Anda Gunakan	89
Gambar 7.18. <i>Pie Chart</i> Kisaran Harga Rol Film	89
Gambar 7.19. <i>Pie Chart</i> Sudah Pernah Menggunakan Rol Film Lokal	90
Gambar 7.20. Diagram Histogram Masih Ada Ketertarikan Untuk Membeli Rol Film Lokal	91
Gambar 7.21. <i>Pie Chart</i> Potensi Tomo Film dengan Stok Rol Film Lokal	92
Gambar 7.22. <i>Pie Chart</i> Pentingnya Edukasi Tentang Masing-Masing Rol Film Lokal	92
Gambar 7.23. <i>Pie Chart Display</i> Yang Cocok Digunakan Di Tomo Film Jika Acara Tersebut Diadakan	93
Gambar 7.24. <i>Pie Chart</i> Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Acara Tersebut Jika Terealisasikan	95
Gambar 7.25. Uji Validitas Nomor 15	96
Gambar 7.26. Uji Validitas Nomor 12, Nomor 17, dan Nomor 19	97
Gambar 7.27. Uji Validitas Nomor 17, dan Nomor 19 (Sebelum <i>Drop</i> Nomor 12)	98
Gambar 7.28. Uji Reliabilitas Nomor 15	99
Gambar 7.29. Uji Reliabilitas Nomor 12, Nomor 17, Dan Nomor 19 (Sebelum <i>Drop</i> Nomor 12)	99
Gambar 7.30. Uji Reliabilitas Nomor 12, Nomor 17, Dan Nomor 19 (Sesudah <i>Drop</i> Nomor 12)	100

Gambar 7.31. Diagram Histogram Frekuensi Penggunaan Kamera Analog	101
Gambar 7.32. Diagram Histogram Kesesuaian Kualitas Rol Lokal dengan Harganya	102
Gambar 7.33. Diagram Histogram Rol Film Lokal Yang Dapat Bersaing Dengan Rol Film Impor	102
Gambar 8.1. Dokumentasi Diskusi dengan <i>Stakeholder</i>	105
Gambar 8.2. Poster <i>Pop Up Store</i>	106
Gambar 8.3. Daftar Harga Rol Lokal	107
Gambar 8.4. Daftar Harga Rol Impor	107
Gambar 8.5. <i>Set Up</i> Meja dari Tomo Film	108
Gambar 8.6. Stok Penjualan Tomo Film (1)	109
Gambar 8.7. Stok Penjualan Tomo Film (2)	109
Gambar 8.8. Edukasi Pelanggan Tentang Rol Film	110
Gambar 8.9. Pelanggan Melihat Testimoni Rol Film	110
Gambar 8.10. Pelanggan Yang Sedang Melihat-lihat	111
Gambar 8.11. Pelanggan Yang Melakukan Transaksi (1)	111
Gambar 8.12. Pelanggan Yang Melakukan Transaksi (2)	112

## DAFTAR TABEL

JUDUL TABEL	HAL
Tabel 2.1. Matriks Perbandingan Penelitian Sekarang dan Penelitian Lampau (Umum)	8
Tabel 2.2 Matriks Perbandingan Penelitian Sekarang dan Penelitian Lampau (Terfokus)	12
Tabel 2.7. Pemilihan Alternatif Metode Penelitian	27
Tabel 3.1. Pembangkitan Alternatif Solusi	31
Tabel 3.2. Pemilihan Solusi	34
Tabel 4.1. Perhitungan CSF Pendapatan	43
Tabel 5.1. Jenis dan Jumlah Rol Impor yang Didatangkan per Kuartal	51
Tabel 5.2. Jenis dan Jumlah Rol Lokal yang Didatangkan per Kuartal	52
Tabel 5.3. Perbandingan Jumlah Penjualan Rol Impor dan Rol Lokal pada Tahun 2022	52
Tabel 5.4. Batasan Product Life Cycle	57
Tabel 6.1. Penjelasan Bobot Matriks	60
Tabel 6.2. Matriks Faktor Penilaian	60
Tabel 6.3. Normalisasi dari Faktor Penilaian	61
Tabel 6.4. Vektor Bobot dari Faktor Penilaian	61
Tabel 6.5. Biaya	61
Tabel 6.6. Tingkat Kesulitan Implementasi	62
Tabel 6.7. Tingkat Kepentingan	62
Tabel 6.8. Waktu Implementasi	62
Tabel 6.9. Pemilihan Alternatif Solusi dengan Metode AHP	63
Tabel 6.10. Tabel Peringkat Bobot pada Masing-Masing Solusi	63
Tabel 6.11. Cek Konsistensi Faktor Penilaian	63
Tabel 6.12. Hasil Perkalian Faktor Penilaian	64
Tabel 6.13. Cek Konsistensi Pemilihan Solusi	65
Tabel 6.14. Hasil Perkalian Pemilihan Solusi	65
Tabel 6.15. Cek Konsistensi Pemilihan Solusi	67
Tabel 6.16. Hasil Perkalian Pemilihan Solusi	67
Tabel 6.17. Cek Tingkat Kepentingan Pemilihan Solusi	68

Tabel 6.18. Hasil Perkalian Pemilihan Solusi	68
Tabel 6.19. Cek Konsistensi Waktu Implementasi	70
Tabel 6.20. Hasil Perkalian Pemilihan Solusi	70
Tabel 7.1. Tingkat Frekuensi Penggunaan Kamera Analog	77
Tabel 7.2. Tingkat Kesesuaian Harga Rol Film Lokal dengan Hasilnya	77
Tabel 7.3. Tingkat Potensi Bersaingnya Rol Film Lokal dengan Rol Film	77
Tabel 7.4. Domisili Asal Responden	81
Tabel 7.5. Pemilihan Perlengkapan Tomo Film	94
Tabel 7.6. Jenis Pembayaran yang Harus Tersedia	94
Tabel 7.7. Uji Validitas Nomor 15	97
Tabel 7.8. Uji Validitas Nomor 12, Nomor 17, dan Nomor 19	98
Tabel 7.9. Uji Reliabilitas	100
Tabel 7.10. Hasil Kuesioner Keseluruhan	103
Tabel 8.1. Daftar dan Harga Rol Film <i>Pop Up Store</i>	106
Tabel 8.2. Perbandingan Pengunjung dan Penjualan	112
Tabel 8.3. Rekapitan Penjualan Tomo Film (12-13 Agustus 2023)	113
Tabel 8.4. Biaya Persiapan dan Operasional	114

## DAFTAR LAMPIRAN

JUDUL LAMPIRAN	HAL
Lampiran 1, Foto bersama dengan pemilik Tomo Film.	xix
Lampiran 2, Produk yang dijual di Tomo Film	xx
Lampiran 3, Hasil Cek Turnitin	xxi
Lampiran 4, Kuesioner	xxii

## INTISARI

Tomo Film adalah suatu badan usaha yang menjual segala jenis keperluan untuk dunia fotografi analog, yang berdomisili di Yogyakarta. Dengan kata lain, jika seseorang membutuhkan rol film, sangat tepat sekali untuk mengunjungi Tomo Film. Sistem pengadaan rol film di Tomo Film sendiri, terdiri dari 2 sumber, yaitu dari luar negeri (impor) dan dari dalam negeri (lokal). Sumber utama, adalah rol film impor. Namun untuk mendatangkan rol film impor berlebih untuk memenuhi kebutuhan konsumen, hanya bisa dilakukan pada kuartal ganjil (1 dan 3) saja. Hal tersebut yang menyebabkan penjualan pada masing-masing kuartal tiap tahunnya tidak stabil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperbaiki strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan rol film lokal.

Tahap awal dengan menggunakan perhitungan *product life cycle* untuk mengetahui badan usaha ini berada di kurva *decline* di kurva PLC. Selanjutnya adalah dengan menggunakan metode AHP untuk mendapatkan hasil prioritas solusi dari permasalahan tersebut. Dengan strategi pemasaran yang terpilih berupa *Pop Up Store* dengan stok rol film lokal yang berlebih, dengan menggunakan landasan acara adalah berdasarkan kuesioner yang disebar ke 100 responden anggota Komunitas Kamera Analog Yogyakarta (ANALOG).

Berdasarkan strategi pemasaran yang terpilih, dilakukan implementasi berupa *Pop Up Store* yang sudah dilaksanakan selama 2 hari, dengan hasil penjualan rol film lokal yang meningkat sebanyak 39 rol film lokal dengan persentase kenaikan sebesar 32,42%.

Kata Kunci: strategi pemasaran, analisis *product life cycle*, *analytical hierarchy process*