

**PERBAIKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
MENGURANGI STOK PRODUK GUCI PASCA COVID-19  
PADA UMKM NAGA SAKTI CERAMIC**

**TUGAS AKHIR**

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



**IVONNIA SANCA ALVES CORREIA**

**19 06 10377**

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

**2023**

# HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERBAIKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENGURANGI STOK PRODUK GUCI PASCA COVID-19  
PADA UMKM NAGA SAKTI CERAMIC

yang disusun oleh

Ivonia Sanca Alves Correia

190610377

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 27 Oktober 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Dr. Ir. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Dr. Ir. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Ir. Hadisantono, ST., MT., Ph.D.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Ratna Mustika Dewi S.Si. M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 27 Oktober 2023

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

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 : Ivonnia Sanca Alves Correia

NPM : 190610377

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Perbaikan Strategi Pemasaran Untuk Mengurangi Stok Produk Guci Pasca Covid-19 Pada UMKM Naga Sakti Ceramic” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2022/2023 yang bersifat orisinal 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 sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Ivonnia Sanca A.C.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini dipersembahkan untuk:

1. Papa dan mama, terima kasih atas segala doa dan motivasi yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah memberikan dukungan positif atas segala keputusan yang terjadi selama kegiatan perkuliahan ini.
2. Prachela Angela dan Ozora Agatha, terima kasih karena sudah menjadi saudara yang selalu memberikan semangat dalam menjalankan segala kegiatan perkuliahan dari awal hingga sampai di titik ini.
3. Teman-teman perkuliahan (Vina, Irsyad, Shellen, Intan, Ricky, dan Berto), terima kasih atas segala bantuan dan hiburan yang sudah diberikan selama ini.
4. Lola dan Aurel, terima kasih atas segala semangat dan motivasi yang selalu kalian berikan. Terima kasih karena sudah menjadi wadah untuk bercerita dan berdiskusi atas setiap progres dari Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman Sulawesi (Nindy, Puput, Arva, dan Kak Lala), terima kasih sudah menjadi tempat ternyaman untuk berkeluh kesah. Terima kasih sudah menjadi rumah bagi anak-anak rantau yang jauh dari keluarga.
6. Staf dan teman-teman Student Staff Kantor Humas UAJY, terima kasih telah menjadi wadah untuk berkembang selama tahun terakhir berkuliah di UAJY. Terima kasih pula untuk segala dukungan dan hiburan yang telah diberikan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman Teknik Industri UAJY 2019, terima kasih dan selamat atas segala pencapaian yang sudah terjadi selama berkuliah di UAJY.
8. Vina Aurelia, terima kasih sudah menjadi teman yang suportif dalam seluruh proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas segala bantuan dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan di UMKM Naga Sakti Ceramic dengan rute Babarsari-Kasongan.
9. Ivonnia Sanca Alves Correia, terima kasih karena sudah mau berjuang untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kasihnya yang telah membimbing penulis dalam setiap proses penyusunan Tugas Akhir ini dari awal hingga laporan ini selesai. Adapun tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Teknik Industri.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan tugas akhir ini, yaitu:

- a. Bapak Dr. Ir. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri dan Dosen Pembimbing penulis yang telah sabar dalam memberikan arahan dan saran-saran yang mendukung di setiap kegiatan bimbingan yang penulis lakukan.
- b. Bapak Dr. Ir. Ign. Luddy Indra Purnama, M.Sc., IPU. selaku Kepala Departemen Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- c. Bapak Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- d. Bapak Ir. Hadisantono, ST., MT., Ph.D. dan Ibu Ratna Mustika Dewi S.Si. M.Sc. selaku dosen penguji penelitian ini.
- e. Bapak Slamet dan Ibu Nuning yang telah menerima dan membantu penulis dalam mendapatkan data-data Naga Sakti Ceramic yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- f. Keluarga yang selalu memberikan dukungan tanpa lelah dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
- g. Sobat-sobat UAJY, baik teman-teman Teknik Industri 2019 maupun dari prodi lainnya yang sudah memberikan motivasi dan semangat dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa isi dari tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, maka dari itu penulis terbuka akan kritik dan saran yang membangun dalam memperbaiki kesalahan tersebut ke depannya. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 5 Agustus 2023

Ivonnia Sanca Alves Correia

## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Halaman Persembahan	iv
	Kata Pengantar	v
	Daftar Isi	vi
	Daftar Tabel	viii
	Daftar Gambar	ix
	Daftar Lampiran	xi
	Intisari	xii
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Pemetaan dan Penelusuran Akar Masalah	4
	1.3. Rumusan Masalah	9
	1.4. Tujuan Penelitian	9
	1.5. Batasan Masalah	9
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	11
	2.1. Tinjauan Pustaka	11
	2.2. Dasar Teori	22
3	Metodologi Penelitian	34
	3.1. Tahap <i>Emphatize</i>	34
	3.2. Tahap <i>Define Problem</i>	35
	3.3. Tahap <i>Ideate Alternate Solutions</i>	37
	3.5. Tahap <i>Testing and Implementation</i>	45
4	Data Hasil Penelitian	47
	4.1. Profil Perusahaan	47
	4.2. Teknik Pengambilan Data	49
	4.3. Hasil Pengumpulan Data	50

5	Pengolahan Data	54
	5.1. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	54
	5.2. Pengolahan SWOT <i>Analysis</i>	58
	5.3. Penentuan Strategi Terpilih	69
6	Perancangan Strategi Pemasaran	72
	6.1. Pemilihan Konsep Strategi Pemasaran	72
	6.2. Riset Terhadap Platform Kompetitor	77
7	Implementasi Strategi Pemasaran	79
	7.1. Implementasi Strategi	79
	7.2. Hasil Implementasi	85
8	Penutup	90
	8.1. Kesimpulan	90
	8.2. Saran	90
	Daftar Pustaka	91
	Lampiran	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hasil Tinjauan Pustaka Solusi Faktor Masalah Fishbone Diagram	12
Tabel 2.2. Hasil Kajian Pustaka Alternatif Solusi Terpilih	18
Tabel 3.1. Keputusan Pemilihan Alternatif Solusi	39
Tabel 3.2. Pembobotan Urgensi Penyelesaian Alternatif Solusi	40
Tabel 3.3. Perbandingan Matriks Identifikasi Faktor	42
Tabel 3.4. Perbandingan Matriks Perumusan Strategi	43
Tabel 4.1. Hasil Penyebaran Kuesioner	50
Tabel 4.2. Ketentuan Nilai Rating Berdasarkan Jawaban Responden	52
Tabel 5.1. Hasil Uji Validitas Pernyataan Faktor Kekuatan	54
Tabel 5.2. Data Parameter Perhitungan Koefisien Korelasi Faktor S1	54
Tabel 5.3. Hasil Uji Validitas Pernyataan Faktor Kelemahan	55
Tabel 5.4. Hasil Uji Validitas Pernyataan Faktor Peluang	56
Tabel 5.5. Hasil Uji Validitas Pernyataan Faktor Ancaman	56
Tabel 5.6. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner SWOT	57
Tabel 5.7. Hasil Perhitungan Skor Faktor Internal Naga Sakti Ceramic	58
Tabel 5.8. Hasil Perhitungan Skor Faktor Eksternal Naga Sakti Ceramic	60
Tabel 5.9. Analisis Kondisi Aktual Usaha Terhadap Keefektifan Strategi	68
Tabel 5.10. Hasil Perhitungan Penentuan Strategi Terpilih	70
Tabel 6.1. Karakteristik Segmentasi Pasar UMKM Naga Sakti Ceramic	72
Tabel 6.2. Daftar Harga Produk Guci UMKM Naga Sakti Ceramic	75
Tabel 7.1. Data Laporan Stok Produk Guci	88



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tingkat Penjualan Gerabah UMKM Naga Sakti Ceramic	2
Gambar 1.2. Tingkat Penjualan Produk Guci	3
Gambar 1.3. <i>Interrelationship Diagram Stakeholder</i>	4
Gambar 1.4. <i>Fishbone diagram</i> UMKM Naga Sakti Ceramic	7
Gambar 2.1. Evolusi Aspek Model <i>Marketing mix</i>	24
Gambar 2.2. Tahap Perumusan Strategi SWOT	27
Gambar 2.3. Tabel Analisis SWOT	28
Gambar 2.4. <i>IE Matrix</i>	31
Gambar 3.1. Diagram Alir Tahap <i>Emphasize</i>	34
Gambar 3.2. Diagram Alir Tahap <i>Define Problem</i>	36
Gambar 3.3. Diagram Alir <i>Ideate Alternate Solutions</i>	37
Gambar 3.4. <i>Pareto Chart</i> Pembobotan Alternatif Solusi Terpilih	41
Gambar 3.4. Diagram Alir Tahap <i>Prototyping</i>	42
Gambar 3.5. Diagram Alir Tahap <i>Test and Implementation</i>	45
Gambar 4.1. Kondisi Area Penjualan UMKM Naga Sakti Ceramic	47
Gambar 4.2. Struktur Organisasi UMKM Naga Sakti Ceramic	48
Gambar 5.1. Matriks SWOT	63
Gambar 5.2. Matriks SWOT Kondisi Saat Ini	64
Gambar 5.3. Letak Matriks Posisi Naga Sakti Ceramic	67
Gambar 5.4. <i>Pareto Chart</i> Penentuan Strategi Terpilih	70
Gambar 6.1. Variasi Produk Guci UMKM Naga Sakti Ceramic	74
Gambar 7.1. Penataan Produk Guci Sebelum Implementasi	79
Gambar 7.2. Penataan Produk Guci Setelah Implementasi	80
Gambar 7.3. Pengaplikasian Canva dalam Pembuatan Konten	80
Gambar 7.4. Bentuk Implementasi Pengenalan Produk	81
Gambar 7.5. Pengajuan Titik Lokasi UMKM Naga Sakti Ceramic	82

Gambar 7.6. Pengaplikasian Capcut dalam Pembuatan Konten	82
Gambar 7.4. Profil Instagram Naga Sakti Ceramic	83
Gambar 7.5. Profil Whatsapp Business Naga Sakti Ceramic	84
Gambar 7.1. Jangkauan Akun Instagram Naga Sakti Ceramic	85
Gambar 7.2. <i>Insight</i> Konten Produk Guci	86

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Surat Persetujuan Objek Penelitian

Lampiran 2: Kondisi UMKM Naga Sakti Ceramic

Lampiran 3: Hasil Wawancara Bersama Pemilik Usaha (Pak Slamet)

Lampiran 4: Hasil Wawancara Bersama Pemutar (Mas Taruna)

Lampiran 5: Hasil Wawancara Bersama Pengelola Keuangan (Bu Naning)

Lampiran 6: Hasil Wawancara Bersama Pelanggan (Bu Yani)

Lampiran 7: Kerangka Desain Kuesioner SWOT

Lampiran 8: Hasil Kuesioner R1

Lampiran 9: Hasil Kuesioner R2

Lampiran 10: Hasil Kuesioner R3

Lampiran 11: Hasil Kuesioner R4

Lampiran 12: Hasil Kuesioner R5

Lampiran 13: Testimoni Pelanggan Akan Naga Sakti Ceramic

Lampiran 14: Bukti Penjualan Produk Guci

## INTISARI

UMKM Naga Sakti Ceramic merupakan usaha yang bergerak pada industri gerabah yang terfokus dalam pembuatan kerajinan rumah tangga. Terdapat 4 jenis produk gerabah yang dihasilkan oleh usaha ini, yaitu pot, tegel, guci, dan patung. Guci merupakan produk dari usaha ini yang memiliki tingkat penjualan terendah dan menyebabkan jumlah dari produk ini menumpuk pada area penjualan. Kondisi ini akhirnya membuat banyak produk guci yang mengalami penurunan kualitas akibat sudah lama tersimpan dan tidak laku terjual, hal ini memberikan dampak terhadap luas area yang dapat digunakan. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah mengurangi stok produk guci minimal 30% dari total stok yang ada dengan memperbaiki sistem pemasaran yang ada pada usaha ini.

Perbaikan sistem pemasaran pada usaha ini dilakukan dengan menggunakan bantuan analisis SWOT dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dimiliki perusahaan. Proses identifikasi ini dilakukan untuk mendapatkan rumusan strategi yang dapat diterapkan sesuai dengan hasil perhitungan penentuan posisi perusahaan. Adapun hasil perhitungan tersebut didapatkan dari besar nilai IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) yang dievaluasi melalui matriks IE (*Internal External*). Hasil dari penentuan strategi yang sesuai dengan posisi perusahaan kemudian diterapkan menggunakan bantuan dari metode *marketing mix 4P* dalam proses perancangan dan implementasi strategi pemasaran.

Terdapat 2 jenis strategi yang dapat diterapkan berdasarkan hasil penentuan posisi perusahaan, namun penelitian ini lebih berfokus pada strategi *market penetration* sesuai dengan masalah yang dikaji. Adapun alternatif strategi yang digunakan dalam menurunkan stok produk guci adalah memanfaatkan keberagaman variasi produk dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial. Adanya kondisi penurunan kualitas yang dialami setiap produk guci secara umum tidak menurunkan minat pelanggan akan produk tersebut. Hal ini dibuktikan pada hasil implementasi yang dapat menurunkan stok produk guci sebesar 57%. Selama proses implementasi dilakukan terdapat 35 unit produk guci yang berhasil terjual dengan kondisi penjualan yang didominasi oleh produk guci dengan tinggi di bawah 100 cm. Kondisi penurunan stok ini kemudian memberikan dampak pada area penjualan yang menjadi lebih luas dan membuat penataan produk gerabah lainnya menjadi lebih rapi.

Kata Kunci: Sistem Pemasaran, Analisis SWOT, *Marketing Mix 4P*, *Market Penetration*, Penurunan Kualitas.