

**PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PADA USAHA CUANDEMIK
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN KELAS BERBAYAR
MENGUNAKAN METODE SOSTAC**

TUGAS AKHIR

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



FERDIAN DAVID PERWIRA

19 06 10158

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PADA USAHA CUANDEMIK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
KELAS BERBAYAR MENGGUNAKAN METODE SOSTAC

yang disusun oleh

Ferdian David Perwira

190610158

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 29 Juli 2024

| | | Keterangan |
|--------------------|--|------------------|
| Dosen Pembimbing 1 | : Prof. Ir. The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng. | Telah Menyetujui |
| Tim Penguji | | |
| Penguji 1 | : Prof. Ir. The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng. | Telah Menyetujui |
| Penguji 2 | : Dr. Ir. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T. | Telah Menyetujui |
| Penguji 3 | : Ika Murti Kristiyani, M.Pd. | Telah Menyetujui |

Yogyakarta, 29 Juli 2024

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 : Ferdian David Perwira

NPM : 1906 10158

Dengan ini menyatakan tugas akhir saya dengan judul "Perancangan Strategi Promosi Pada Usaha Cuandemik Untuk Meningkatkan Penjualan Kelas Berbayar Menggunakan Metode SOSTAC" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2023/2024 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 untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

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

Yogyakarta, 19 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ferdian David Perwira

SURAT PERSETUJUAN PERUSAHAAN



SURAT PERSETUJUAN PENELITIAN TUGAS AKHIR

Kepada:

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

Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menindaklanjuti Permohonan Persetujuan Penelitian Tugas Akhir yang dikirimkan kepada kami, dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Ferdian David Perwira
NPM : 190610158

Melalui surat ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut dapat kami terima untuk melaksanakan penelitian dan pengambilan data guna menunjang penulisan Tugas Akhir (TA) dalam rangka menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian dilakukan mulai tanggal 5 Januari 2024.

Demikian surat persetujuan ini diberikan agar yang berkepentingan mempergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 05 Januari 2024

Danendra Arya

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat yang melimpah sehingga penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Strategi Promosi Pada Usaha Cuandemik Untuk Meningkatkan Penjualan Kelas Berbayar Menggunakan Metode SOSTAC” dapat terlaksana dengan lancar dan tepat waktu. Penulis merasa sangat bersyukur atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini,

1. Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T. IPU, yang menjabat sebagai Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Dr. Ir. Ign. Luddy Indra P, M.Sc. IPU, yang mengepalai Departemen Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ir. Twin Yoshua R. Destyanto, S.T., M.Sc., Ph. D., IPM, pimpinan Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Prof. Dr.Eng. Ir. The Jin Ai., S.T., M.T., IPM, atas peran beliau sebagai dosen pembimbing dengan waktu, arahan, dan bimbingan dalam merancang Tugas Akhir ini.
5. Ferry, Arya, dan Gita, pemilik usaha Cuandemik, yang telah memberikan izin dan dukungan terhadap penggunaan usaha mereka.
6. Orang tua tercinta, yang memberikan semangat serta dukungan penuh dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Teman dan sahabat terkasih, yang telah memberikan semangat selama penyusunan laporan Tugas Akhir ini.

Diharapkan laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi kontribusi aktif bagi usaha Cuandemik dan menambah wawasan bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

| BAB | JUDUL | HAL |
|-----|--|------|
| | Halaman Judul | i |
| | Halaman Pengesahan | ii |
| | Pernyataan Originalitas | iii |
| | Surat Persetujuan Perusahaan | iv |
| | Kata Pengantar | v |
| | Daftar Isi | vi |
| | Daftar Tabel | viii |
| | Daftar Gambar | ix |
| | Daftar Lampiran | xi |
| | Intisari | xii |
| 1 | Pendahuluan | |
| | 1.1. Latar Belakang | 1 |
| | 1.2. Pemetaan dan Penelusuran akar Masalah | 3 |
| | 1.3. Rumusan Masalah | 6 |
| | 1.4. Tujuan Penelitian | 7 |
| | 1.5. Batasan Masalah | 7 |
| 2 | Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori | |
| | 2.1. Tinjauan Pustaka | 8 |
| | 2.2. Dasar Teori | 14 |
| 3 | Pengembangan dan Pemilihan Alternatif Solusi | |
| | 3.1. Penelusuran Akar Masalah Prioritas | 24 |
| | 3.2. Pemilihan Alternatif Solusi | 25 |
| | 3.3. Pemilihan Metode dan Tools | 29 |
| 4 | Metodologi Penelitian | |
| | 4.1. Tahap Empathize | 31 |
| | 4.2. Tahap Define | 32 |
| | 4.3. Tahap Ideate | 34 |
| | 4.4. Tahap <i>Prototype</i> | 37 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 4.5. Tahap Test | 41 |
| 4.6. Keunikan Penelitian | 43 |
| 5 Perancangan Solusi | |
| 5.1. <i>Situation Analysis</i> | 44 |
| 5.2. <i>Objective</i> | 50 |
| 5.3. <i>Strategy</i> | 51 |
| 5.4. <i>Tactics</i> | 54 |
| 6 Implementasi | |
| 6.1. Tahap <i>Action</i> | 58 |
| 6.2. Tahap <i>Control</i> | 71 |
| 7 Kesimpulan dan Saran | |
| 7.1. Kesimpulan | 80 |
| 7.2. Saran | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA | 81 |
| LAMPIRAN | 84 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabel 2.1. | Perbandingan Penelitian Terdahulu | 12 |
| Tabel 3.1. | Rangkuman Perbandingan Alternatif Solusi | 28 |
| Tabel 3.2. | Perbandingan Metode SWOT dan SOSTAC | 29 |
| Tabel 5.1. | Testimoni Peserta | 45 |
| Tabel 5.2. | Perbandingan Kompetitor | 46 |
| Tabel 5.3. | Performa Media Sosial Instagram (09 November 2023 sampai 25 November 2023) | 47 |
| Tabel 5.4. | Analisis SWOT Cuandemik | 48 |
| Tabel 5.5. | Ringkasan Strategi Hasil Analisis SWOT | 49 |
| Tabel 5.6. | Strategi Hasil Analisis SWOT Terpilih | 50 |
| Tabel 5.7. | Penentuan <i>Objective</i> 5S | 51 |
| Tabel 5.8. | Perbedaan Promosi | 56 |
| Tabel 5.9. | Strategi Promosi | 57 |
| Tabel 6.1. | Rencana Promosi Digital | 59 |
| Tabel 6.2. | Standar Perancangan Konten Pada Instagram | 60 |
| Tabel 6.3. | Kerangka GPS Pada Konten Brosur Kelas Berbayar | 61 |
| Tabel 6.4. | Kerangka GPS Pada Konten Dua Metode Simpel Trading Paling Cuan | 62 |
| Tabel 6.5. | Kerangka GPS Pada Konten Ciri-Ciri Saham Auto Cuan | 63 |
| Tabel 6.6. | Kerangka GPS Pada Konten Untung Maksimal Rugi Minimal Dengan Risk Management | 64 |
| Tabel 6.7. | Kerangka GPS Pada Konten Cara Screening Saham Untuk Scalping | 65 |
| Tabel 6.8. | Kerangka GPS Pada Konten Langkah-langkah Cara Dapetin Gaya Scalping Kamu | 66 |
| Tabel 6.9. | Kerangka GPS Pada Konten Testimoni | 67 |
| Tabel 6.10. | Kerangka GPS Pada Konten Prinsip-Prinsip Ini Bakal Ngebantu Trading Kamu | 70 |
| Tabel 6.11. | Rangkuman Performa Konten | 76 |
| Tabel 6.12. | Pencapaian <i>Objective</i> 5S | 77 |
| Tabel 6.13. | Perbandingan Penjualan Kelas | 78 |
| Tabel 6.14. | Daftar Peserta yang Mengikuti Kelas Berbayar | 79 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|--|----|
| Gambar 1.1. | Grafik Penjualan Kelas Berbayar Usaha Cuandemik | 2 |
| Gambar 1.2 | Hasil Observasi Kompetitor | 4 |
| Gambar 1.3. | <i>Interrelationship Diagram</i> (IRD) Usaha Cuandemik | 6 |
| Gambar 2.1. | SOSTAC | 18 |
| Gambar 2.2. | Diagram Matrik SWOT | 22 |
| Gambar 3.1. | <i>Eisenhower Matrix Pada Akar Masalah Usaha Cuandemik</i> | 24 |
| Gambar 4.1. | <i>Flowchart Tahap Empathize</i> | 32 |
| Gambar 4.2. | <i>Flowchart Tahap Define</i> | 33 |
| Gambar 4.3. | <i>Flowchart Tahap Ideate Alternatif Solusi</i> | 35 |
| Gambar 4.4. | <i>Flowchart Tahap Ideate Alternatif Metode</i> | 36 |
| Gambar 4.5. | <i>Flowchart Tahap Prototype Analisis Situasi</i> | 38 |
| Gambar 4.6. | <i>Flowchart Tahap Prototype Penentuan Tujuan</i> | 39 |
| Gambar 4.7. | <i>Flowchart Tahap Prototype Analisis Strategi</i> | 40 |
| Gambar 4.8. | <i>Flowchart Tahap Prototype Analisis Taktik</i> | 41 |
| Gambar 4.9. | <i>Flowchart Tahap Action</i> | 42 |
| Gambar 4.10. | <i>Flowchart Tahap Control</i> | 43 |
| Gambar 5.1. | Data Pekerjaan Peserta | 44 |
| Gambar 5.2. | Saluran Usaha Instagram | 47 |
| Gambar 5.3. | Platfotm Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan | 54 |
| Gambar 6.1. | Tampilan <i>Greeting Message</i> Whatsapp | 61 |
| Gambar 6.2. | Konten Brosur Kelas Berbayar | 62 |
| Gambar 6.3. | Konten Dua Metode Sempel Trading Paling Cuan | 63 |
| Gambar 6.4. | Konten Ciri-Ciri Saham Auto Cuan | 64 |
| Gambar 6.5. | Konten Untung Maksimal Rugi Minimal Dengan Risk Management | 65 |
| Gambar 6.6. | Konten Cara Screening Saham Untuk Scalping | 66 |
| Gambar 6.7. | Konten Langkah-langkah Cara Dapetin Gaya Scalping Kamu | 67 |
| Gambar 6.8. | Konten Testimoni Kelas (1) | 68 |
| Gambar 6.9. | Konten Testimoni Kelas (2) | 68 |
| Gambar 6.10. | Konten Testimoni Kelas (3) | 69 |
| Gambar 6.11. | Konten Testimoni Kelas (4) | 69 |

| | | |
|--------------|---|----|
| Gambar 6.12. | Konten Prinsip-Prinsip Ini Bakal Ngebantu Trading Kamu | 70 |
| Gambar 6.13. | Data Konten Brosur Kelas Berbayar | 71 |
| Gambar 6.14. | Data Konten Dua Metode Sempel Trading Paling Cuan | 72 |
| Gambar 6.15. | Data Konten Ciri-Ciri Saham Auto Cuan | 72 |
| Gambar 6.16. | Data Konten Untung Maksimal Rugi Minimal Dengan Risk Management | 73 |
| Gambar 6.17. | Data Konten Cara Screening Saham Untuk Scalping | 74 |
| Gambar 6.18. | Data Konten Langkah-langkah Cara Dapetin Gaya Scalping Kamu | 74 |
| Gambar 6.19. | Data Konten Testimoni Kelas | 75 |
| Gambar 6.20. | Data Konten Prinsip-Prinsip Ini Bakal Ngebantu Trading Kamu | 75 |
| Gambar 6.21. | Bukti 53 Konsumen yang Tertarik pada Whatsapp | 78 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------|--|----|
| Lampiran 1. | Transkrip Wawancara Dengan Pemilik Usaha (1) | 84 |
| Lampiran 2. | Transkrip Wawancara Dengan Pemilik Usaha (2) | 85 |
| Lampiran 3. | Transkrip Wawancara Dengan Pemilik Usaha (3) | 86 |
| Lampiran 4. | Hasil Turnitin | 87 |

INTISARI

Usaha Cuandemik merupakan UMKM yang bergerak pada bidang jasa. Berdasarkan wawancara dengan *stakeholders*, diketahui bahwa terjadi penurunan penjualan pada produk kelas berbayar. Identifikasi akar masalah dilakukan dengan *interrelationship diagram* dan ditemukan bahwa akar masalah penurunan penjualan pada produk kelas berbayar adalah persaingan kompetitor.

Penyelesaian masalah pada persaingan kompetitor dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Hasil identifikasi keempat faktor akan dijadikan solusi untuk meningkatkan penjualan kelas berbayar sebesar 80% dengan target penjualannya sebesar Rp5.400.000. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *promotion* terpilih sebagai solusi yaitu melakukan mengevaluasi dan mengembangkan strategi promosi digital. Kemudian dari solusi tersebut dilakukan pemilihan metode untuk menjalankan solusi tersebut dan SOSTAC merupakan metode terpilih. Tahapan awal dilakukan dengan melakukan identifikasi mengenai situasi usaha saat ini dan melakukan analisis SWOT dari analisis situasi yang teridentifikasi. Selanjutnya tahap *objective* merupakan penentuan tujuan promosi menggunakan pendekatan *objectives 5S*, tahap *strategy* merupakan proses mengidentifikasi strategi menggunakan STP, dan *tactics* merupakan perancangan taktik menggunakan *Marketing Mix 4P*. Selanjutnya pada tahap *actions* merupakan tahap merancang dan membuat strategi promosi yaitu membuat dan mengunggah konten pada Instagram. Terakhir merupakan tahap *control* yaitu evaluasi terhadap implementasi yang telah dilakukan dengan melihat data performa tiap konten pada Instagram, mengecek pencapaian implementasi terhadap *objectives 5S*, dan membandingkan hasil penjualan kelas berbayar.

Implementasi dilakukan dari tanggal 9 Juni 2024 sampai 29 Juni 2024 menggunakan media sosial Instagram dan Whatsapp. Hasil dari penelitian ini adalah membuat rencana promosi digital dan konten promosi digital untuk usaha Cuandemik. Penelitian ini juga menghasilkan peningkatan penjualan sebesar 90%. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi digital yang diterapkan telah berhasil memecahkan permasalahan yang ada.

Kata kunci: Meningkatkan Penjualan, Promosi Digital, SOSTAC