

**USULAN PENYELESAIAN MASALAH PENURUNAN
JUMLAH PENYEWAAN PADA AUDIOVISUAL.ID**

TUGAS AKHIR

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



Jemima Davini Yoseph

20 06 10694

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

USULAN PENYELESAIAN MASALAH PENURUNAN JUMLAH PENYEWAAN PADA AUDIOVISUAL.ID

yang disusun oleh

Jemima Davini Yoseph

200610694

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 26 Juli 2024

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Ir. Hadisantono, ST., MT., Ph.D.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: T.B. Hanandoko, S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Ir. Hadisantono, ST., MT., Ph.D.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Ratna Mustika Dewi S.Si. M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 26 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 : Jemima Davini Yoseph

NPM : 200610694

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Usulan Penyelesaian Masalah Penurunan Jumlah Penyewaan pada Audiovisual.id" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2023/204 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya siapapun dan 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, 5 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Jemima Davini Yoseph

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Usulan Penyelesaian Masalah Penurunan Jumlah Penyewaan pada Audiovisual.id”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Teknik Industri di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Bapak Dr. Ir. Ign. Luddy Indra P, M.Sc. IPU., selaku Ketua Departemen Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, S.T., M.Sc., Ph. D., IPM., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Ir. Hadisantono, S.T., M.T., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir sekaligus Dosen Penguji I yang telah membimbing peneliti pada penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
5. Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran untuk perbaikan penulisan laporan Tugas Akhir.
6. Ratna Mustika Dewi S.Si.M.Sc., selaku Dosen Penguji III yang telah memberikan kritik dan saran untuk perbaikan penulisan laporan Tugas Akhir.
7. Mas Aan dan Mas Rendi selaku Junior Manager (JM) yang telah membantu memperoleh informasi umum perusahaan yang dibutuhkan untuk kepentingan penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
8. Mba Ajeng selaku Staff Finance yang telah membantu memperoleh informasi tentang data penyewaan yang dibutuhkan untuk kepentingan penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
9. Pihak Lunar Production selaku konsumen yang telah membantu memperoleh informasi dari pihak luar yang dibutuhkan untuk kepentingan penyusunan laporan Tugas Akhir
10. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa untuk penulis sehingga laporan Tugas Akhir dapat berjalan dengan lancar.

11. Bryan Jovansanjaya, selaku *support system* yang telah mendukung peneliti selama penyusunan laporan Tugas Akhir.
12. Nancy, Monica, Jessica selaku teman yang telah mendukung peneliti selama penyusunan laporan Tugas Akhir.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk laporan Tugas Akhir ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 5 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	vi
	Daftar Tabel	viii
	Daftar Gambar	x
	Intisari	xiv
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Penelusuran Masalah	6
	1.3. Rumusan Masalah	6
	1.4. Tujuan Penelitian	11
	1.5. Batasan Penelitian	11
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	12
	2.1. Tinjauan Pustaka	12
	2.2. Dasar Teori	18
	2.3. Keunikan Masalah	30
3	Identifikasi Akar Masalah dan Pemilihan Alternatif Solusi	31
	3.1. Identifikasi Akar Masalah	31
	3.2. Pemilihan Solusi	37
	3.3. Pemilihan Metode	37
	3.4. Pemilihan <i>Tools</i>	45
	3.5. Standar dan Kode Etik	47
4	Metodologi Penelitian	49

4.1.	Tahap <i>Empathize</i>	49
4.2.	Tahap <i>Define the Problem</i>	50
4.3.	Tahap <i>Ideate and Selection of Solution</i>	51
4.4.	Tahap <i>Prototype</i>	52
4.5.	Tahap <i>Test</i>	54
5	Data dan Pengolahan Data	55
5.1.	Profil Perusahaan	55
5.2.	Pengembangan Instrumen Penelitian	57
6	Analisis Data dan Pembahasan	68
6.1.	Pengujian Hasil Kuesioner	68
6.2.	Hasil Data Responden	79
6.3.	Pengolahan Data Menggunakan Analisis <i>Marketing Mix 7P</i>	96
6.4.	Pengolahan Data Menggunakan Analisis SWOT	99
6.5.	Evaluasi Data Menggunakan Analisis SWOT dan <i>Marketing Mix 7P</i>	108
7	Implementasi	110
7.1.	Rencana Implementasi Kerja Sama	110
7.2.	Implementasi	111
7.3.	Hasil Implementasi	115
7.4.	Langkah Implementasi Keberlanjutan Audiovisual.id	115
8	Kesimpulan dan Saran	126
8.1.	Kesimpulan	126
8.2.	Saran	126
	Daftar Pustaka	xv
	Lampiran	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Proyek Penyewaan Tahun 2022 dan 2023	6
Tabel 2.1. Matriks Pembandingan Kata Kunci Penurunan Penyewaan Perusahaan Jasa	13
Tabel 2.2. Penjabaran Elemen <i>Marketing Mix 7P</i>	25
Tabel 2.3. Derajat Reliabilitas	28
Tabel 3.1. Hasil Nilai Setiap Kriteria	39
Tabel 3.2. Konfigurasi Nilai Efektivitas	39
Tabel 3.3. Konfigurasi Nilai Efisiensi Biaya	39
Tabel 3.4. Konfigurasi Nilai Fleksibilitas	40
Tabel 3.5. Konfigurasi Nilai Kemudahan Implementasi	40
Tabel 3.6. Hasil Nilai Kemudahan Implementasi	40
Tabel 3.7. Isi Bobot Nilai Kriteria	41
Tabel 3.8. Normalisasi Matriks	41
Tabel 3.9. Menentukan Nilai Utilitas	39
Tabel 5.1. Data Barang di Audiovisual.id	56
Tabel 5.2. Faktor Penelitian	57
Tabel 5.3. Skala Likert	61
Tabel 5.4. Pernyataan Kuesioner Tentang Penilaian Konsumen	62
Tabel 5.5. Pernyataan Kuesioner Tentang Harapan Konsumen	65
Tabel 5.6. Skala Skor untuk Parameter 5 Poin	66
Tabel 5.7. Faktor Penelitian dengan Analisis SWOT	67
Tabel 6.1. Variabel Pernyataan Bagian II	68
Tabel 6.2. Hasil Uji Validitas Bagian <i>Product</i>	71
Tabel 6.3. Hasil Uji Validitas Bagian <i>Promotion</i>	71
Tabel 6.4. Hasil Uji Validitas Bagian <i>Price</i>	71
Tabel 6.5. Hasil Uji Validitas Bagian <i>People</i>	72
Tabel 6.6. Hasil Uji Validitas Bagian <i>Process</i>	72
Tabel 6.7. Hasil Uji Validitas Bagian <i>Physical Evidence</i>	72
Tabel 6.8. Hasil Uji Reliabilitas Bagian <i>Product</i>	77
Tabel 6.9. Hasil Uji Reliabilitas Bagian <i>Promotion</i>	77

Tabel 6.10. Hasil Uji Reliabilitas Bagian <i>Price</i>	77
Tabel 6.11. Hasil Uji Reliabilitas Bagian <i>People</i>	78
Tabel 6.12. Hasil Uji Reliabilitas Bagian <i>Process</i>	78
Tabel 6.13. Hasil Uji Reliabilitas Bagian <i>Physical Evidence</i>	78
Tabel 6.14. Rincian Jumlah Pengisi Responden Setiap Domisili	80
Tabel 6.15. Hasil Jawaban Pernyataan I Bagian III	91
Tabel 6.16. Hasil Jawaban Pernyataan II Bagian III	92
Tabel 6.17. Hasil Jawaban Pernyataan III Bagian III	93
Tabel 6.18. Hasil Jawaban Pernyataan IV Bagian III	93
Tabel 6.19. Hasil Jawaban Pernyataan V Bagian III	94
Tabel 6.20. Hasil Jawaban Pernyataan VI Bagian III	95
Tabel 6.21. Hasil Jawaban Pernyataan VII Bagian III	96
Tabel 6.22. Hasil Pengelompokan Data Wawancara pada Analisis SWOT	99
Tabel 6.23. Hasil Perhitungan Bobot IFAS	101
Tabel 6.24. Hasil Perhitungan Bobot EFAS	102
Tabel 6.25. Rentang Skala Interpretasi IFAS dan EFAS	103
Tabel 6.26. Penjelasan Kuadran Diagram SWOT	103
Tabel 6.27. Hasil Matrik SWOT	107
Tabel 7.1. Hasil Implementasi	115
Tabel 7.2. <i>List</i> Nama dan Alamat Sekolah di Yogyakarta	117
Tabel 7.3. <i>List</i> Nama dan Alamat Universitas di Yogyakarta	118
Tabel 7.4. <i>List</i> Nama dan Alamat <i>Event Organizer</i> di Yogyakarta	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Proses Bisnis Audiovisual.id	2
Gambar 1.2. Pemangku Kepentingan Keseluruhan Audiovisual.id	5
Gambar 1.3. Pendapatan Audiovisual.id Tahun 2022 dan Tahun 2023	7
Gambar 1.4. Asal Informasi Audiovisual.id	8
Gambar 1.5. Diagram Interelasi	10
Gambar 2.1. Contoh Diagram Interelasi	22
Gambar 2.2. Analisis SWOT	23
Gambar 3.1. <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan pada Audiovisual.id	32
Gambar 3.2. Akar-Akar Masalah Terpilih	35
Gambar 3.3. Hasil Matriks Eisenhower	36
Gambar 3.4. Skala Penilaian Utilitas Kriteria	39
Gambar 4.1. Diagram Alur Tahap <i>Empathize</i>	50
Gambar 4.2. Diagram Alur Tahap <i>Define the Problem</i>	51
Gambar 4.3. Diagram Alur <i>Ideate and Selection of Solution</i>	52
Gambar 4.4. Diagram Alur Tahap <i>Prototype</i>	53
Gambar 4.5. Diagram Alur Tahap <i>Test</i>	54
Gambar 5.1. Logo PT Jawara Kreasitama	55
Gambar 5.2. Logo Perusahaan Audiovisual.id	56
Gambar 5.3. Penjelasan Pengisian Survei	59
Gambar 5.4. Identitas Responden	60
Gambar 5.5. Cuplikan Pernyataan Penilaian Konsumen	64
Gambar 5.6. Cuplikan Pernyataan Penilaian Harapan Konsumen	66
Gambar 6.1. Uji Validitas pada Microsoft Excel	69
Gambar 6.2. Pencarian Varian	73
Gambar 6.3. Pencarian Total Varian	74
Gambar 6.4. Rentang Usia	79

Gambar 6.5. Jenis Kelamin	79
Gambar 6.6. Domisili	80
Gambar 6.7. Pekerjaan	81
Gambar 6.8. Frekuensi Penggunaan Jasa dalam Satu Tahun Terakhir	81
Gambar 6.9. Alat yang Disewa	82
Gambar 6.10. Rata-rata Pengeluaran dalam Sekali Proyek Penyewaan	82
Gambar 6.11. Hasil Pernyataan Variasi Produk	83
Gambar 6.12. Hasil Pernyataan Kualitas Produk	83
Gambar 6.13. Hasil Pernyataan Ketersediaan Produk	84
Gambar 6.14. Hasil Pernyataan Nama <i>Brand</i>	84
Gambar 6.15. Hasil Pernyataan Citra Perusahaan	85
Gambar 6.16. Hasil Pernyataan Pelayanan Penggunaan Produk	85
Gambar 6.17. Hasil Pernyataan Promosi Penjualan	86
Gambar 6.18. Hasil Pernyataan Pemasaran Secara Langsung	86
Gambar 6.19. Hasil Pernyataan Daftar Harga	87
Gambar 6.20. Hasil Pernyataan Pemberian Diskon	87
Gambar 6.21. Hasil Pernyataan Sistem Pembayaran	88
Gambar 6.22. Hasil Pernyataan Kinerja dalam Aktivitas Pemasaran	88
Gambar 6.23. Hasil Pernyataan Kinerja Pekerja dalam Berkomunikasi dengan Konsumen	89
Gambar 6.24. Hasil Pernyataan Berfokus pada Konsumen	89
Gambar 6.25. Hasil Pernyataan Riset Pengembangan Produk	90
Gambar 6.26. Hasil Pernyataan Interaksi Langsung dengan Staff	90
Gambar 6.27. Hasil Pernyataan Pengalaman Pengalaman Penggunaan <i>Platform Online</i>	91
Gambar 6.28. Hasil Jawaban Pernyataan I Bagian III	92
Gambar 6.29. Hasil Jawaban Pernyataan II Bagian III	92
Gambar 6.30. Hasil Jawaban Pernyataan III Bagian III	93

Gambar 6.31. Hasil Jawaban Pernyataan IV Bagian III	94
Gambar 6.32. Hasil Jawaban Pernyataan V Bagian III	94
Gambar 6.33. Hasil Jawaban Pernyataan VI Bagian III	95
Gambar 6.34. Hasil Jawaban Pernyataan VIII Bagian III	96
Gambar 6.35. Hasil Diagram SWOT	105
Gambar 6.36. Pengertian Arti SWOT	105
Gambar 6.37. <i>Update</i> Terakhir Audiovisual.id pada Media Sosial	108
Gambar 6.38. <i>Update</i> Awal pada Tahun 2024 Audiovisual.id	109
Gambar 6.39. Bukti Keaktifan Media Sosial Audiovisual.id	109
Gambar 7.1. <i>Cover Company Proposak</i> Audiovisual.id	110
Gambar 7.2. Cuplikan Isi <i>Company Proposal</i> Audiovisual.id	111
Gambar 7.3. Hasil Implementasi di Liliput World	112
Gambar 7.4. Pertemuan Langsung dengan Pihak Inisiasi FTI UAJY	113
Gambar 7.5. Pertemuan Langsung dengan Pihak HMTI UAJY	113
Gambar 7.6. Pertemuan Langsung dengan Pihak SEMAFTI UAJY	114
Gambar 7.7. Pertemuan Langsung dengan Pihak Patron Wedding Organizer	115
Gambar 7.8. <i>Slide 1 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	120
Gambar 7.9. <i>Slide 2 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	120
Gambar 7.10. <i>Slide 3 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	121
Gambar 7.11. <i>Slide 4 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	121
Gambar 7.12. <i>Slide 5 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	121
Gambar 7.13. <i>Slide 6 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	122
Gambar 7.14. <i>Slide 7 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	122
Gambar 7.15. <i>Slide 8 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	122
Gambar 7.16. <i>Slide 9 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	123
Gambar 7.17. <i>Slide 10 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	123
Gambar 7.18. <i>Slide 11 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	123
Gambar 7.19. <i>Slide 12 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	124
Gambar 7.20. <i>Slide 13 Marketing Plan for</i> Audiovisual.id	124

Gambar 7.21. <i>Slide 14 Marketing Plan for Audiovisual.id</i>	124
Gambar 7.22. <i>Slide 15 Marketing Plan for Audiovisual.id</i>	125

INTISARI

Audiovisual.id merupakan anak perusahaan dari PT Jawa Kreasitama yang memiliki fokus dalam penyewaan peralatan audio visual. Audiovisual.id yang berada di Yogyakarta mengalami penurunan penyewaan pada tahun 2023 sebesar 35,54%. Berdasarkan observasi yang dilakukan dengan mewawancarai pemangku kepentingan, dilakukan pemetaan masalah dan didapatkan hasil akar masalah dengan melewati proses eliminasi menggunakan Matriks Eisenhower yaitu jangkauan pemasaran yang terbatas. Akar masalah tersebut perlu diselesaikan agar terjadi peningkatan penyewaan pada usaha tersebut.

Akar masalah jangkauan pemasaran yang terbatas tersebut diselesaikan dengan strategi *growth* (S-O). Metode yang digunakan adalah *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) dengan bantuan bauran pemasaran *Marketing Mix 7P*. *Tool* yang digunakan untuk mengetahui penilaian pelayanan Audiovisual.id dan harapan konsumen dengan kuesioner. Hasil survei menunjukkan bahwa diperlukan pengadaan program loyalitas atau kerja sama keberlanjutan dengan *event organizer, sekolah, universitas, dan Lembaga lainnya*.

Kerja sama berhasil dilakukan dengan 5 vendor di Yogyakarta. Hasil kerja sama tersebut dapat menambah 5 interaksi penyewaan yang akan berlanjut setiap tahunnya. Kerja sama yang disepakati tersebut dapat menunjukkan bahwa dengan memperluas jangkauan dan menetapkan salah satu vendor menjadi konsumen tetap, menghasilkan beberapa transaksi penyewaan tambahan dan meningkatkan jumlah penyewaan.

Kata Kunci: penyewaan alat, kontrak kerja sama, SWOT, *Marketing Mix 7P*