

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL DENGAN METODE SOSTAC UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN ORA FOOD

TUGAS AKHIR

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



Ni Wayan Janes Kusuma Wardani

20 06 10979

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

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL DENGAN METODE SOSTAC UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
ORA FOOD.

yang disusun oleh

Ni Wayan Janes Kusuma Wardani

200610979

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 28 Juli 2025

Keterangan

Dosen Pembimbing 1 : Anugrah Kusumo Pamosoaji, S.T., M.T., Ph.D Telah Menyetujui

Tim Penguji

Penguji 1 : Anugrah Kusumo Pamosoaji, S.T., M.T., Ph.D Telah Menyetujui

Penguji 2 : Prof. Dr. Ir. Baju Bawono, S.T., M.T., IPU Telah Menyetujui

Penguji 3 : Dr. Ir. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T. Telah Menyetujui

Yogyakarta, 28 Juli 2025

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

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ni Wayan Janes Kusuma Wardani

NPM : 200610979

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Perancangan Promosi Digital Dengan Metode SOSTAC Untuk Meningkatkan Penjualan Ora Food" merupakan hasil Tugas Akhir saya pada Tahun Akademik 2024/2025 yang bersifat original 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, 18 Juli 2025

Yang menyatakan,



Ni Wayan Janes Kusuma Wardani

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

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

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ricardus Marsudi Yuwono

Jabatan : Pemilik UMKM Ora Food

Alamat Usaha : Jl. Wirakarya Sapen GK I/517C, Demangan, Gondokusuman, DIY

Dengan ini memberikan izin kepada:

Nama/NPM : 1. Ni Wayan Janes Kusuma Wardani/ 200610979

2. Priska Alindita/ 200610574

Program Studi : Teknik Industri

Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Untuk melakukan kegiatan penelitian Tugas Akhir di UMKM Ora Food, dalam kurun waktu yang telah disepakati bersama. Penelitian ini bertujuan untuk kepentingan akademik dan tidak akan mengganggu aktivitas operasional usaha.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 2 Januari 2025

Hormat kami,

Pemilik UMKM Ora Food



Ricardus Marsudi Yuwono

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur, selesainya Tugas Akhir ini ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, kasih, dan penyertaan-Nya dalam setiap langkah dan proses kehidupan ini.

Keempat orang tua penulis, atas kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak terhingga.

Kakak dan seluruh anggota keluarga penulis, yang selalu memberikan semangat dan doa yang tulus di setiap langkah perjalanan akademik ini.

Titi, Estong, Alin, dan Richa, yang tak pernah lelah memberikan dukungan, kehadiran, serta kebersamaan dalam setiap suka dan duka.

Gabriel, yang selalu hadir dan setia menemani setiap langkah selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, dengan penuh kesabaran dan ketulusan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, kasih, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Promosi Digital Dengan Metode SOSTAC Untuk Meningkatkan Penjualan Ora Food” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Sarjana Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan 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 R. Desyanto, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM, selaku Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak Anugrah Kusumo Pamosoaji, S.T., M.T., Ph.D., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir, yang telah dengan sabar membimbing, memberikan masukan, dan mengarahkan penulis hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Ricardus Yuwono selaku pemilik dari UMKM Ora Food Yogyakarta

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Diharapkan karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Teknik Industri.

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN	iv
	HALAMAN PERSEMBAHAN	v
	KATA PENGANTAR	vi
	DAFTAR ISI	vii
	DAFTAR TABEL	ix
	DAFTAR GAMBAR	x
	INTISARI	xi
1	PENDAHULUAN	12
	1.1. Latar Belakang	12
	1.2. Penelusuran Permasalahan Tugas Akhir	13
	1.3. Rumusan Masalah	18
	1.4. Tujuan Penelitian	19
	1.5. Batasan Masalah	19
2	TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	20
	2.1. Tinjauan Pustaka	20
	2.2. Dasar Teori	25
3	ANALISIS AKAR MASALAH DAN PEMILIHAN SOLUSI	33
	3.1. Interelasi Diagram	33
	3.2. Pemilihan Alternatif Solusi	34
	3.3. Pemilihan Metode	36
	3.4. Tools Terpilih	38
	3.5. Proses Bisnis	38
	3.6. Keunikan Penelitian	39
4	METODOLOGI PENELITIAN	40
	4.1. Tahap <i>Empathize</i>	40
	4.2. Tahap Define	42

4.3.	Tahap Idiate	43
4.4.	Tahap Prototype	45
4.5.	Tahap Test	47
4.6.	Standar dan Kode Etik	49
5	PENGOLAHAN DATA	50
5.1.	<i>Situation Analysis</i>	50
5.2.	<i>Objective</i>	58
5.3.	<i>Strategy</i>	59
5.4.	<i>Tactics</i>	60
6	IMPLEMENTASI DAN EVALUASI	64
	<i>Action</i>	64
	<i>Control</i>	77
7	KESIMPULAN DAN SARAN	87
7.1.	Kesimpulan	87
7.2.	Saran	87
	DAFTAR PUSTAKA	88
	LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

JUDUL	HAL
Tabel 1.1. Rekap Penjualan Selama 1 Tahun	15
Tabel 1.2. Permasalahan Pada Ora Food	16
Tabel 1.3. Penilaian Permasalahan utama Ora Food dengan Skala Likert	18
Tabel 2.1. Tinjauan Pustaka	22
Tabel 2.2. Matriks IE	31
Tabel 2.3. Matriks SWOT	33
Tabel 3.1. Pemilihan Solusi	38
Tabel 3.2. Pemilihan Metode	39
Tabel 5.1. Performa Media Sosial Instagram Ora Food 2024-2025	47
Tabel 5.2. Analisis Kompetitor	48
Tabel 5.3. Analisis SWOT	49
Tabel 5.4. Hasil Analisis Faktor Internal Ora Food	50
Tabel 5.5. Hasil Analisis Faktor Eksternal Ora Food	51
Tabel 5.6. SWOT Ora Food	53
Tabel 5.7. Hasil Diskusi Strategi Terpilih	54
Tabel 5.8. <i>Objective</i> 5S	56
Tabel 5.9. Pendekatan STP dalam Strategi Pemasaran Digital Ora Food	57
Tabel 5.10. Komponen <i>Tactics</i> Promosi Digital Ora Food	58
Tabel 5.11. Rencana <i>Tactics</i> Ora Food	59
Tabel 5.12. Strategi Promosi <i>tactics</i> (Objective 5S) Pada Ora Food	61
Tabel 6.1. Jadwal Promosi Digital Ora Food	62
Tabel 6.2. Jadwal Pembuatan Infomasi Layanan Ora Food	63
Tabel 6.3. Standar Instagram	64
Tabel 6.4. Standar Ergonomis Warna	65
Tabel 6.5. Rekap <i>Insight</i> Promosi Digital Instagram Ads	80
Tabel 6.6. Data Hasil Penjualan produk Ora Food	81
Tabel 6.7. Rekap Hasil Penjualan Ora Food	82
Tabel 6.8. Efisiensi Pengeluaran Biaya Ora Food	83
Tabel 6.9. Pencapaian <i>Objective</i> 5S	84

DAFTAR GAMBAR

JUDUL	HAL
Gambar 3.1. Interelasi Diagram	24
Gambar 3.2. Proses Bisnis Ora Food	30
Gambar 4.1. Tahap Empethize	33
Gambar 4.2. Tahap Define	34
Gambar 4.3. Tahap Idiate	35
Gambar 4.4. Tahap Prototype	38
Gambar 4.5. Tahap Test	40
Gambar 5.1. Matriks IE Pada Ora Food	47
Gambar 6.1. <i>Screenshoot</i> Konten Promosi <i>Reels</i>	62
Gambar 6.2. <i>caption</i> dan <i>hastag reels</i>	62
Gambar 6.3. Konten promosi <i>Feed</i> Foto	63
Gambar 6.4. <i>Caption Feed</i> Foto	63
Gambar 6.5. Konten <i>Opening Hours Feed</i> Foto	64
Gambar 6.6. <i>Caption</i> Konten <i>Opening Hours Feed</i> Foto	64
Gambar 6.7. Konten <i>Opening Hours Story</i> Foto	65
Gambar 6.8. Konten Metode Pembayaran <i>Feed</i> Foto	66
Gambar 6.9. <i>Caption</i> Metode Pembayaran <i>Feed</i> Foto	66
Gambar 6.10. Konten Metode Pembayaran <i>Story</i>	67
Gambar 6.11. Konten <i>Price List Story</i>	68
Gambar 6.12. <i>Cover Highlight</i> Promosi	68
Gambar 6.13. <i>Cover Highlight</i> Pameran	69
Gambar 6.14. <i>Cover Highlight</i> Testimoni	70
Gambar 6.15. <i>Cover Highlight</i> Pemesanan	70
Gambar 6.16. <i>Cover Highlight Price List</i>	70
Gambar 6.17. Bio Instagram Ora Food Sebelum	70
Gambar 6.18. Bio Instagram Ora Food Sesudah	70
Gambar 6.19. <i>Website</i> Ora Food	71
Gambar 6.20. Data <i>Insight</i> Konten Promosi <i>Reels</i>	72
Gambar 6.21. Data <i>Insight</i> Konten Promosi <i>Story</i>	73
Gambar 6.22. <i>Profil Views</i> Sebelum Implementasi	74
Gambar 6.23. <i>Profil Views</i> Sesudah Implementasi	74
Gambar 6.24. Penawaran Kerja Sama <i>Audiens</i>	75
Gambar 6.25. Penawaran Menjadi <i>Reseller Audiens</i>	76

INTISARI

UMKM memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian nasional, namun persaingan yang semakin ketat dan keterbatasan akses pasar menjadi tantangan yang signifikan. Ora Food, sebuah UMKM di Yogyakarta yang memproduksi olahan rumput laut *Ulva Lactuca*, menghadapi kendala, yaitu: belum tercapainya target produksi yang telah ditetapkan oleh UMKM Ora Food. Tujuan Tugas Akhir ini adalah untuk merancang upaya peningkatan penjualan UMKM Ora Food sebesar 5% dari penjualan tertinggi tahun 2024. Metode perancangan mengacu pada enam tahap SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) dengan fokus pelaksanaan iklan berbayar melalui Instagram Ads dalam format *reels* dan *story* selama 3–17 Juli 2025. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan penjualan sebesar 4,49%, dengan 53 produk terjual melalui kanal digital. Meskipun belum mencapai target 5%, hasil ini menunjukkan efektivitas awal dari strategi promosi digital yang dirancang, serta memberikan dasar pengembangan promosi yang lebih optimal di masa mendatang.

Kata kunci: SOSTAC, promosi digital, UMKM, Instagram Ads, rumput laut