

1. System design and Engineering
2. Engineering Management and Industrial System
3. Engineering Economic Analysis

**PERANCANGAN SISTEM PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
PRODUK ES KRISTAL DI PT. X**



MEILIN SIAMPA

200610955

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN SISTEM PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ES KRISTAL DI PT X

yang disusun oleh

Meilin Siampa

200610955

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 29 Oktober 2025

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Prof. Dr.Eng. Ir. Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., IPM, ASEAN Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Mikha Meilinda C., S.Si., M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 29 Oktober 2025

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Prof. Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T., IPU, ASEAN Eng.

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 : Meilin Siampa

NPM : 200610955

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Perancangan Sistem Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Es Kristal di PT X" merupakan hasil penelitian Saya pada Tahun Akademik 2025/2026 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, 23 Oktober 2025

Yang menyatakan,


Meilin Siampa



PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas tuntunan dan berkatNya sehingga pada akhirnya tugas akhir ini bisa kami selesaikan dengan baik. Tugas akhir yang berjudul “Perancangan Sisten Promosi untuk Meningkatkan Penjualan Produk Es Kristal di PT X” yang dituliskan dalam laporan ini merupakan *capstone project* dan salah satu pengukur pemenuhan capaian pembelajaran di Program Studi Sarjana Teknik Industri, Departemen Teknik Industri (DTI), Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY).

Pengerjaan dan penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis berterima kasih kepada :

1. Dr. Ir. M. Chandra Dewi Kurnianingtyas, S.T., M.T., IPU, ASEAN Eng., Dekan FTI UAJY.
2. Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, ST., M.Sc., Ph.D., Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri FTI UAJY.
3. Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc., pembimbing pertama, atas pembimbingan dan dukungannya dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
4. Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, ST., M.Sc., Ph.D., pembimbing kedua, atas ketelatenannya mendampingi pengerjaan tugas akhir dan membimbing penulisan.
5. Prof. Dr.Eng. Ir. Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., IPM, ASEA Eng., selaku dosen penguji pertama atas bimbingannya dalam penyelesaian tugas akhir.
6. Mikha Meilinda C., S.Si., M.Sc., selaku dosen penguji kedua atas bimbingannya dalam penyelesaian tugas akhir
7. Manager PT X yang telah menyediakan banyak waktu dan kesabaran dalam memberikan pendampingan selama proses penelitian, pengambilan data dan implementasi hasil tugas akhir.

Walaupun tidak sempurna, penulis berharap hasil dan laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 29 Oktober 2024

Meilin Siampa

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HALAMAN
	SKRIPSI	i
	HALAMAAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	PENGANTAR	iv
	DAFTAR IS	v
	ABSTRAK	vii
	DAFTAR TABEL	viii
	DAFTAR GAMBAR	ix
1	PENDAHULUN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Penelusuran Masalah	2
	1.3. Rumusan Masalah	5
	1.4. Tujuan	5
	1.5. Batasan	5
2	TINJAUAN PUSTAKA	6
	2.1. Tinjauan Pustaka	6
	2.1.1. Penelitian Terdahulu	6
	2.1.3. Penelitian Sekarang	13
	2.2. Dasar Teori	14
	2.2.1. Strategi Promosi	14
	2.2.2. SWOT	15
	2.2.3. Pendekatan Sistem	15
	2.2.4. HPP dan Margin Profit	16
3	IDENTIFIKASI AKAR MASALAH DAN PEMILIHAN ALTERNATIF SOLUSI	18
	3.1. Profil Objek	18
	3.2. Identifikasi Akar Masalah	18
	3.2.1. Pemilihan Akar Masalah	26
	3.2.2. Penentuan Alternatif Solusi	29
	3.3. Pemilihan Metode dan Tools	32
4	METODOLOGI PENELITIAN	33
	4.1. Tahap Pendahuluan	33

	4.1.1. Tahap <i>Emphatize</i>	33
	4.1.2. Tahap <i>Define</i>	35
	4.1.3. Tahap <i>Ideate</i>	36
	4.1.4 Tahap <i>Prototype</i>	38
	4.1.5 Tahap Test	40
	4.2. Keunikan Penelitian	41
	4.3. Standar Perancangan Solusi	41
	4.4.Kode Etik Penelitian	41
5	PERANCANGAN SISTEM PROMOSI	43
	5.1. Sistem Promosi	43
	5.1.1. Perancangan Input	43
	A. Wawancara dengan pihak perusahaan	43
	A.1. Pengambilan Data SWOT Nilai Rating	45
	A.2. Pengolahan Skor Nilai IFAS dan EFAS	48
	B. Penyebaran Kuesioner untuk	56
	Mengkonfirmasi Hasil Pemetaan Kekuatan	
	dan Kelemahan di PT X	
	B.1. Penyebaran Kuesioner dan Hasil Analisis	58
	Kuesioner	
	5.2. Perancangan Mekanisme	63
	5.3. Perancangan Kontrol	65
	5.3.1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan	65
	5.4. Perancangan Proses	67
	5.5. Strategi Promosi	68
6	IMPLEMENTASI	70
	6.1. Implementasi Perancangan Mekanisme	70
	Promosi	
	6.2. Implementasi Perancangan Strategi Promosi	73
	6.2.1. Hasil Implementasi	76
	6.3. Keberlanjutan Sistem Promosi	81
7	KESIMPULAN DAN SARAN	82
	7.1. Kesimpulan	82
	7.2. Saran	82
	DAFTAR PUSTAKA	ix
	Lampiran	

ABSTRAK

PT X merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi es kristal yang mengalami penurunan pendapatan setelah pandemi Covid-19. Penurunan pendapatan terjadi akibat kurangnya jumlah konsumen. Maka, penelitian ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan penjualan sebesar 5% dari total rata-rata penjualan produk periode sebelumnya yaitu sebesar 42 *pack* per hari.

Identifikasi akar masalah menggunakan *interrelationship diagram*. Akar masalah terpilih yaitu perusahaan belum melakukan promosi. Berdasarkan akar masalah terpilih, diusulkan 3 alternatif solusi dan yang terpilih adalah alternatif ke 2 yaitu merancang strategi promosi dengan pendekatan analisis menggunakan SWOT. Perancangan strategi promosi dilakukan dengan menggunakan pendekatan sistem meliputi perancangan input, proses, kontrol dan mekanisme. *Input* berupa data penjualan, jumlah kompetitor pesaing, jumlah mitra kerja, data perhitungan SWOT dan data kuesioner. Mekanisme berupa perancangan media untuk melakukan promosi. Kontrol berupa perancangan strategi promosi, sedangkan proses meliputi perancangan proses bisnis promosi. Adapun output adalah usulan strategi promosi.

Berdasarkan hasil implementasi sistem promosi menggunakan media sosial dengan penawaran “beli 10 gratis 1” serta gratis biaya pengantaran, terjadi peningkatan penjualan harian sebesar 42% pada hari pertama, 66% pada hari kedua, dan 90% pada hari ketiga. Maka disimpulkan bahwa CSF (*Critical Succes Factor*) terpenuhi dengan adanya peningkatan lebih dari 5% selama masa implementasi.

Kata Kunci: *SWOT, Sistem Promosi, Es Kristal, Strategi Promosi, Penjualan*

DAFTAR TABEL

JUDUL	HALAMAN
1.1. Tabel Data Penjualan PT X July 2024 sampai September 2025	3
2.1. Analisis Pemetaan Tinjauan Pustaka	9
3.1. Pertanyaan Stakeholder Pertama	21
3.2. Pertanyaan Stakeholder Kedua	22
3.3. Pertanyaan Stakeholder Ketiga	23
3.4. Pemilihan Akar Masalah	26
3.5. Pemilihan Alternatif Solusi	30
5.1. Keterangan Skala Kekuatan dan Peluang	45
5.2. Keterangan Skala Kelemahan dan Ancaman	45
5.3. Nilai Hasil Rating Kekuatan Para Stakeholder	46
5.4. Nilai Hasil Rating Kelemahan Para Stakeholder	46
5.5. Nilai Hasil Rating Peluang Para Stakeholder	46
5.6. Nilai Hasil Rating Ancaman Para Stakeholder	47
5.7. Rekapitulasi Hasil Nilai Rating Para Stakeholder	47
5.8. Lanjutan Rekapitulasi Hasil Nilai Rating Para Stakeholder	48
5.9. Pembobotan Skor Nilai IFAS (Kekuatan)	49
5.10. Pembobotan Skor Nilai IFAS (Kelemahan)	49
5.11. Pembobotan Skor Nilai EFAS (Peluang)	50
5.12. Pembobotan Skor Nilai EFAS (Ancaman)	51
5.13. Matriks SWOT	53
5.14. Daftar Pertanyaan Kuesioner	56
5.15. Pemetaan Hasil Analisis Data Kuesioner	59
5.16. Saran dan Ide Mitra Untuk Promosi PT X	61
5.17. Pemilihan Media Promosi	63
5.18. Pemilihan Instrumen Promosi	64
5.19. Perancangan Jadwal Kegiatan Promosi	66
5.20. Analisis Margin Profit PT X	69
6.1. Runtutan Kegiatan Implementasi Promosi di PT X	74

6.2. Data Penjualan PT X	78
6.3. Data Penjualan Produk Selama 3 Hari	79

DAFTAR GAMBAR

JUDUL	HALAMAN
1.1. Diagram Data Penjualan PT X	3
2.1. Sistem Promosi	16
3.2. <i>Interrelationship Diagram</i>	24
4.1. Tahap Penelitian Awal	34
4.2. Tahap <i>Define the Problem</i>	36
4.3. Tahap <i>Ideate and Selection of Solution</i>	37
4.4. Tahap <i>Prototype</i>	39
4.5. Tahap Test	40
5.1. Sistem Promosi	43
5.2. Diagram <i>Cartesius</i> Analisis SWOT	52
5.3. Proses Bisnis Promosi	67
6.1. Story WhatsApp Hari pertama (Owner)	70
6.2. Story WhatsApp Hari kedua (Owner)	71
6.3. Story WhatsApp Hari ketiga (Owner)	71
6.4. Story Instagram hari pertama	72
6.5. Story Instagram hari kedua	72
6.6. Story Instagram hari ketiga	73
6.7. Respon Konsumen Pemesanan Produk (Owner)	77
6.8. Respon Konsumen Pemesanan Produk (Penulis)	77