

**PERANCANGAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN MARKETING MIX 7P DAN
ANALISIS SWOT PADA TOKO TIGA DAUN**

TUGAS AKHIR

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



**Brandon Julian Blose
210611203**

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN MARKETING MIX
7P DAN ANALISIS SWOT PADA TOKO TIGA DAUN

yang disusun oleh

Brandon Julian Blose

210611203

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 28 Oktober 2025

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Prof. Dr. Ir. Baju Bawono, S.T., M.T., IPU	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM	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, 28 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 dibawah ini :

Nama : Brandon Julian Blose

NPM : 210611203

Dengan pernyataan ini menyatakan bahwa hasil tugas akhir dengan judul “ Perbaikan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Toko Makanan Tiga Daun” merupakan hasil dari saya pribadi yang bersifat orisinil dan tidak mengandung unsur plagiasi dalam bentuk apapun.

Apabila pernyataan yang saya buat tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia dihukum dan diproses sesuai ketentuan dan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh sadar dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Brandon Julian Blose', with a long horizontal stroke extending to the right.

Brandon Julian Blose

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Sukmawati

Jabatan : Pemilik Toko Makanan Tiga Daun

Alamat : Jalan Veteran no. 50 Wonosobo RT 03 / RW 01

Menyatakan memberi izin penelitian untuk Tugas Akhir (TA) kepada :

Nama : Brandon Julian Blose

NPM : 210611203

Program Studi : Teknik Industri

Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Untuk melakukan penelitian pada Toko Makanan Tiga Daun dalam rangka penyusunan Tugas Akhir sebagai syarat untuk mencapai kelulusan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Proses kegiatan dilakukan meliputi wawancara, observasi, serta pengambilan data yang diperlukan dan disetujui Toko Makanan Tiga Daun.

Demikian surat ini perizinan ini dibuat dan diharapkan dapat digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 14 Oktober 2025



Dian Sukmawati

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya tugas akhir dengan judul “Perbaikan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Toko Makanan Tiga Daun” bisa diselesaikan dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan para pembimbing yang telah membimbing penulis selama penyusunan tugas akhir. Penulis sampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.t. IPU selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Ir. Ign. Luddy Indra P, M.Sc. IPU. Selaku Kepala Departemen Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, S.T., M.Sc., IPU. Selaku Kepala Program Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Baju Bawono, S.T., M.T., IPU selaku dosen pembimbing BKPTA.
5. Bapak Ir. Yosef Daryanto, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku dosen kelas BKPTA.
6. Ibu Dian Sukmawati selaku pemilik Toko Makanan Tiga Daun yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian Tugas Akhir.
7. Semua pihak yang mendukung proses penyusunan Tugas Akhir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan Tugas Akhir yang terjadi secara sengaja maupun tidak disengaja. Penulis berharap Tugas Akhir yang telah disusun dapat bermanfaat sebaik – baiknya bagi pembaca dan siapapun yang membutuhkan. Akhir kata, terimakasih dan mohon maaf yang sebesar – besarnya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2025



Brandon Julian Blose

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iv
	KATA PENGANTAR	v
	DAFTAR ISI	vi
	DAFTAR TABEL	viii
	DAFTAR GAMBAR	ix
	DAFTAR LAMPIRAN	x
	INTISARI	xi
	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Penelusuran Masalah	4
	1.3. Rumusan Masalah	8
	1.4. Tujuan Penelitian	9
	1.5. Batasan Penelitian	9
	TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	10
	2.1. Tinjauan Pustaka	10
	2.1.1. Kata Kunci Strategi Pemasaran	10
	2.1.2. Kata Kunci Penurunan Penjualan	11
	2.1.3. Kata Kunci Peningkatan Penjualan	12
	2.2. Dasar Teori	17
	2.2.1. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)	17
	2.2.2. <i>Interrelationship Diagram</i> (IRD)	17
	2.2.3. <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	18
	2.2.4. SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, and Threats</i>)	19
	2.2.5. <i>Marketing Mix</i>	20
	2.2.6. STP (<i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i>)	21
	ANALISIS AKAR MASALAH DAN PEMILIHAN SOLUSI	23
	3.1. Analisis Akar Masalah	23
	3.2. Pengembangan dan Pemilihan Akar Permasalahan	24
	3.2.1. Perbaikan Sistem Pemasaran Toko	24
		vi

3.2.2. Pembuatan Sistem Pengecekan Stok Secara <i>Real Time</i>	25
3.2.3. Perbaikan Sistem Pembelian Bahan Baku	25
3.2.4. Pemilihan Akar Permasalahan Dengan Matriks <i>Eisenhower</i>	36
3.2.5. Pemilihan Alternatif Solusi	27
3.3. Pemilihan Metode	32
METODOLOGI PENELITIAN	36
4.1. <i>Non Linear Design Thinking</i>	36
4.2. Tahap <i>Empathizing</i>	36
4.3. Tahap <i>Define</i>	37
4.4. Tahap <i>Ideation</i>	38
4.5. Tahap <i>Prototype</i>	39
4.6. Tahap <i>Testing</i>	41
4.7. Standar dan Kode Etik	41
4.8. Keunikan Tugas Akhir	42
PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN	43
5.1. Strategi <i>Marketing Mix 7P</i>	43
5.1.1. Faktor Produk (<i>Product</i>)	43
5.1.2. Faktor Tempat (<i>Place</i>)	44
5.1.3. Faktor Harga (<i>Price</i>)	45
5.1.4. Faktor Promosi (<i>Promotion</i>)	46
5.2. Analisis SWOT	49
5.2.1. Pemetaan Strategi SWOT	49
IMPLEMENTASI PENELITIAN	62
6.1. Implementasi	62
6.1.1. Pembuatan Konten Instagram	62
6.1.2. Perbaikan Bio Instagram	65
6.3. Implementasi Hasil Rancangan	66
6.4. <i>Traffic</i> Pemasaran Media Sosial Berupa Instagram	70
6.5. Penjualan Setelah Implementasi	74
KESIMPULAN DAN SARAN	77
8.1. Kesimpulan	77
8.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

JUDUL	HAL
Tabel 1.1. Permasalahan Tiap <i>Stakeholder</i>	4
Tabel 1.2. Pertumbuhan Penjualan	7
Tabel 2.1. Ringkasan Tinjauan Pustaka	14
Tabel 3.1. Matriks Eisenhower	27
Tabel 3.2. Pemilihan Alternatif Solusi	28
Tabel 3.3. Matriks Perbandingan Alternatif Solusi	29
Tabel 3.4. Tabel Perhitungan Proporsi	30
Tabel 3.5. Tabel Proporsi Rerata Tiap Kriteria	31
Tabel 3.6. Tabel Perhitungan Ratio	32
Tabel 3.7. Pemilihan Alternatif Metode	34
Tabel 5.1. Perbandingan Varian Rasa	44
Tabel 5.2. Perbandingan Jalur Penjualan Produk	45
Tabel 5.3. Perbandingan Harga	46
Tabel 5.4. Perbandingan Promosi	47
Tabel 5.5. Analisis SWOT	49
Tabel 5.6. Bobot Pada SWOT	50
Tabel 5.7. Pengisian Rating Responden	52
Tabel 5.8. Uji Validitas Strength	53
Tabel 5.9. Uji Validitas Weakness	53
Tabel 5.10. Uji Validitas Opportunities	54
Tabel 5.11. Uji Validitas Threats	54
Tabel 5.12. Uji Reliabilitas	54
Tabel 5.13. Analisis IFES	55
Tabel 5.14. Analisis EFES	56
Tabel 5.15. Penyusunan Strategi Pemasaran	58
Tabel 5.16. Pemilihan Strategi Pemasaran	58
Tabel 6.1. Rancangan Konten	62
Tabel 6.2. Timeline Implementasi Konten	67
Tabel 6.3. Penjualan Offline dan Online	75
Tabel 6.4. Penjualan Sebelum dan Sesudah Implementasi	76

DAFTAR GAMBAR

JUDUL	HAL
Gambar 1.1. Total Penjualan dari Bulan Januari 2024 – Oktober 2024	5
Gambar 1.2. Grafik Trend Penjualan	6
Gambar 3.1. <i>Fishbone Diagram</i>	23
Gambar 4.1. <i>Non Linear Design Thinking Process</i>	36
Gambar 4.2. Tahap <i>Empathizing</i>	37
Gambar 4.3. Tahap <i>Define</i>	38
Gambar 4.4. Tahap <i>Ideation</i>	39
Gambar 4.5. Tahap <i>Prototype</i>	40
Gambar 4.6. Tahap <i>Testing</i>	41
Gambar 5.1. Lokasi Tiga Daun	44
Gambar 5.2. Lokasi Strategi Pemasaran yang Tepat	57
Gambar 5.3. Penjelasan Warna Pada <i>Color Palette</i>	61
Gambar 6.1. Konten Post	63
Gambar 6.2. Konten Story	64
Gambar 6.3. Bio Instagram Sebelum Perbaikan	65
Gambar 6.4. Bio Setelah Perbaikan	65
Gambar 6.5. Linktree	66
Gambar 6.6. Post Konten	69
Gambar 6.7. Post Konten Story	70
Gambar 6.8. Views Sebelum dan Sesudah Implementasi	71
Gambar 6.9. Interaksi Sebelum dan Sesudah Implementasi	72
Gambar 6.10. Profile Activity	73
Gambar 6.11. Engagement Konten	73
Gambar 6.12. Chat Dengan Pelanggan Online	75

DAFTAR LAMPIRAN

JUDUL	HAL
Lampiran 1.Hasil Turnitin	82
Lampiran 2.Hasil Turnitin Lanjutan	83
Lampiran 3.Hasil Turnitin Lanjutan	84
Lampiran 4.Bukti Bimbingan dengan Dosen Pembimbing	85
Lampiran 5.Surat Izin Penelitian	86
Lampiran 6. Pengujian SPSS Faktor Strength	87
Lampiran 7. Pengujian SPSS Faktor Weakness	87
Lampiran 8. Pengujian SPSS Faktor Opportunities	88
Lampiran 9. Pengujian SPSS Faktor Threats	88
Lampiran 10. Booklet Sederhana	89

INTISARI

Toko Makanan Tiga Daun merupakan salah satu toko penghasil produk berupa makanan kecil khas wonosobo. Toko makanan ini memproduksi semua produknya sendiri dan juga mendistribusikannya sendiri. Produk yang dijual toko ini ada bermacam – macam, seperti sale pisang, carica, kacang dieng, rengginang, grubi jahe, dan juga petos. Toko makanan ini memiliki masalah dalam penjualan yang menurun dikarenakan beberapa proses yang kurang efektif. Proses yang kurang efektif tersebut yaitu penggunaan strategi promosi yang masih minim, sistem pembelian bahan baku yang masih kacau, dan juga tidak adanya sistem pengecekan barang secara *real time*. Hal ini menyebabkan penjualan Toko Tiga Daun yang susah mencapai target penjualan bulanan yaitu Rp 40.000.000. Pertumbuhan penjualan Toko Tiga Daun juga mengalami rata – rata yang kurang baik yaitu -30% sehingga perlu dilakukan perbaikan agar pertumbuhan penjualan mencapai nilai yang positif.

Penelitian yang dilakukan dengan objek Toko Tiga Daun tidak terlepas dari metode – metode yang harus dilaksanakan secara urut. Langkah pertama dalam pelaksanaan penelitian yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, serta pengumpulan data yang diperlukan untuk melakukan tugas akhir. Langkah selanjutnya yaitu mencari tinjauan pustaka dan juga mencari metode – metode yang tepat untuk mengatasi permasalahan pada Toko Tiga Daun. Setelah ditemukan, selanjutnya yaitu pemilihan permasalahan yang penting untuk dihadapi menggunakan AHP (*Analytic Hierarchy Process*). Setelah dilakukan proses pemilihan masalah, selanjutnya yaitu penggunaan metode – metode yang berkaitan, seperti *marketing mix* yang digunakan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan Toko Tiga Daun yang selanjutnya bisa dimasukkan ke dalam analisis SWOT untuk mengetahui letak posisi toko pada kuadran SWOT sehingga bisa dirumuskan perancangan strategi penelitian yang paling sesuai.

Harapan penelitian adalah peningkatan penjualan sebesar 30% satu bulan setelah penelitian selesai. Implementasi yang dilakukan adalah perbaikan strategi pemasaran menggunakan metode – metode seperti, *marketing mix*, SWOT, dan. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah meningkatnya hasil penjualan sebesar 63,06% (Rp 17.625.500) dimana pada peningkatan penjualan tersebut terdapat kontribusi penjualan *online* menggunakan media promosi *Instagram* sebesar 6,13% (Rp 1.082.000), hasil *views Instagram* Tiga Daun yang awalnya 685 akun menjadi 2.372 akun, aktivitas profil meningkat sebesar 115%, dan interaksi akun yang awalnya 1 menjadi 56 interaksi.

Kata Kunci : **Penjualan Menurun, Strategi Pemasaran, Metode Pemasaran**