

**PERANCANGAN SISTEM PROMOSI DIGITAL UNTUK
MENINGKATKAN PENDAPATAN REPARASI GITAR UMKM
X**

TUGAS AKHIR



**Sakral Nababan
20 06 10773**

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

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN SISTEM PROMOSI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN REPARASI GITAR
UMKM X

yang disusun oleh

Sakral Nababan

200610773

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 23 Desember 2025

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Ika Murti Kristiyani, M.Pd.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr. Ir. Ign.Luddy Indra Purnama, M.Sc.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Dr. Ir. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 23 Desember 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 : Sakral Nababan

Npm : 200610773

Dengan ini menyatakan bahwa proposal tugas akhir saya dengan judul “Perancangan Sistem Promosi Digital untuk Meningkatkan Pendapatan Reparasi Gitar UMKM X” merupakan hasil penelitian yang bersifat orisinal 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. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Desember 2025

Yang menyatakan,



Sakral Nababan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Sistem Promosi Digital untuk Meningkatkan Pendapatan Reparasi Gitar UMKM X” dengan baik. Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana Teknik Industri di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam menyusun Tugas Akhir ini.

1. Bapak Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Ir. Ign. Luddy Indra Purnama, M.Sc. IPU., selaku Ketua Departemen Teknik Industri Teknologi Industri Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Ir. Twin Yoshua R. Destyanto, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Ibu Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir yang telah bersedia membantu dan mengarahkan dari awal hingga Tugas Akhir ini dapat selesai.
5. Ibu Ika Murti Kristiyani, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir yang telah bersedia membantu dan mengarahkan dari awal hingga Tugas Akhir ini dapat selesai.
6. Bapak Dr. Ir. Ign. Luddy Indra Purnama, M.Sc. IPU., dan Ibu Dr. Ir. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T., IPU., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran perbaikan dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Pemilik UMKM X, atas kesediaan dan dukungannya dalam memberikan informasi, serta data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Orang tua dan kakak yang telah memberikan dukungan selama proses menyelesaikan Tugas Akhir.

Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan Tugas Akhir ini kedepannya.

Yogyakarta, 11 Desember 2025

Sakral Nababan

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	KATA PENGANTAR	iv
	DAFTAR ISI	v
	DAFTAR TABEL	vii
	DAFTAR GAMBAR	ix
	DAFTAR LAMPIRAN	xi
	INTISARI	xii
1	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Penelusuran Masalah	4
	1.3. Rumusan Masalah	13
	1.4. Tujuan Tugas Akhir	14
	1.5. Batasan Tugas Akhir	14
2	TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI	15
	2.1. Tinjauan Pustaka	15
	2.2. Dasar Teori	21
	2.2.1. Riset Pemasaran	21
	2.2.2. Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion)	22
	2.2.3. Pemasaran Digital	23
	2.2.4. STP (<i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>)	23
	2.2.5. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>)	24
	2.3. Standar dan Kode Etik	25
	2.3.1. Standar	25
	2.3.2. Kode Etik	26
3	PENGEMBANGAN DAN PEMILIHAN ALTERNATIF SOLUSI	28
	3.1. Gambaran Sistem	28
	3.2. Analisis Akar Masalah	29
	3.3. Pengembangan Alternatif Solusi	34
	3.4. Pemilihan Alternatif Metode	45

	3.5. <i>Tools</i> Terpilih	47
4	METODOLOGI	49
	4.1. Tahap <i>Empathize</i>	49
	4.2. Tahap <i>Define</i>	50
	4.3. Tahap <i>Ideate</i>	50
	4.4. Tahap Prototyping	51
	4.5. Tahap <i>Test</i>	53
	4.6. Keunikan Tugas Akhir	53
5	ANALISIS SITUASI	54
	5.1. Penentuan Target Pasar	54
	5.2. Analisis Kompetitor	55
	5.3. Perancangan Kuesioner	60
	5.4. Penetapan Jumlah Responden & Target Responden	67
	5.5. Pre-testing Kuesioner	68
6	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	72
	6.1. Hasil Survei	72
	6.1.1. Data Responden	73
	6.1.2. Penilaian Terhadap Layanan Reparasi Gitar	74
	6.1.3. Pemasaran Digital UMKM X	79
	6.2. Analisis SWOT	82
7	IMPLEMENTASI	87
	7.1. Tipe Konten dan Waktu <i>Posting</i>	87
	7.2. Kalender Konten	88
	7.3. Implementasi Rancangan Pemasaran Digital	89
	7.4. Hasil Implementasi	93
	7.5. Keberlanjutan untuk UMKM X	98
8	KESIMPULAN	103
	8.1. Kesimpulan	103
	8.2. Saran	103
	DAFTAR PUSTAKA	104
	LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jasa Reparasi Gitar dari Maret 2023 – Maret 2025	4
Tabel 1.2. Data Jasa Pembuatan Gitar Custom dari Maret 2023 – Maret 2025	5
Tabel 1.3. Data Jasa Pembuatan Gitar Mentah dari Maret 2023 – Maret 2025	6
Tabel 1.4. Ulasan di Media Sosial Mengenai UMKM X	10
Tabel 1.5. Rekapitan Permasalahan di UMKM X	11
Tabel 3.1. Rekapitan Akar Masalah	34
Tabel 3.2. Pemilihan Alternatif Solusi	37
Tabel 3.3. Pemilihan Rancangan Riset Pemasaran	45
Tabel 3.4. Pemilihan Saluran Media Digital	46
Tabel 5.1. Analisis Kompetitor	56
Tabel 5.2. Pertanyaan Filter	61
Tabel 5.3. Detail Desain Pertanyaan	62
Tabel 5.4. Kelas Interval	63
Tabel 5.5. Pertanyaan Kuesioner tentang Penilaian Target Pasar	65
Tabel 5.6. Implementasi Pemasaran Digital UMKM X	67
Tabel 5.7. Pre-Testing Kuesioner	69
Tabel 5.8. Revisi Kuesioner	71
Tabel 6.1. Hasil Kuesioner yang Tidak Memenuhi Syarat	73
Tabel 6.2. Rangkuman Data Responden	73
Tabel 6.3. Jawaban Responden Terhadap Produk	74
Tabel 6.4. Jawaban Responden Terhadap Harga	76
Tabel 6.5. Jawaban Responden Terhadap Tempat/Distribusi	77
Tabel 6.6. Jawaban Responden Terhadap Promosi	78
Tabel 6.7. Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	79
Tabel 6.8. Waktu Mengunggah Konten	80
Tabel 6.9. Data SWOT	82
Tabel 6.10. Matriks SWOT UMKM X	85
Tabel 6.11. Rangkuman Strategi	86
Tabel 7.1. Konten Pemasaran Digital UMKM X	87
Tabel 7.2. Waktu Posting	87
Tabel 7.3. Rencana Jadwal Pemasaran Digital (Instagram Story)	88
Tabel 7.4. Rencana Jadwal Pemasaran Digital (Halaman Utama)	88
Tabel 7.5. Rincian Penggunaan Fitur Iklan Instagram	91

Tabel 7.6. Status Eksekusi Konten	92
Tabel 7.7. Data Jasa Reparasi Gitar 28 November 2025 – 10 Desember 2025	96
Tabel 7.8. Total Reparasi dan Pendapatan Setelah Implementasi	97
Tabel 7.9. Ringkasan Hasil Implementasi	97
Tabel 7.10. Waktu Pengerjaan Konten	101
Tabel 7.11. Biaya Produksi Konten	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pemesanan Offline di UMKM X	3
Gambar 1.2. Proses Pemesanan Melalui WhatsApp di UMKM X	3
Gambar 1.3. Grafik Penggunaan Jasa dari Maret 2023 – Maret 2025	7
Gambar 1.4. Urutan Preferensi Responden dalam Memilih Pengrajin Gitar	9
Gambar 1.5. Rata-rata Pendapatan per Minggu UMKM X Reparasi Gitar	13
Gambar 2.1. Cakupan Bauran Pemasaran 4P (Kotler dkk, 2021)	22
Gambar 2.2. Strategi Pemasaran Segmentation, Targeting dan Positioning (Kotler dkk, 2021)	24
Gambar 2.3. Ukuran Konten Instagram	25
Gambar 3.1. Diagram IPO (Input-Process-Output)	28
Gambar 3.2. Fishbone Diagram	30
Gambar 3.3. Interrelationship Diagram	33
Gambar 4.1. Diagram Alir Tahap Empathize	49
Gambar 4.2. Tahap Define	50
Gambar 4.3. Tahap Ideate	51
Gambar 4.4. Tahap Prototyping	52
Gambar 4.5. Tahap Test	53
Gambar 5.1. Pembuka Kuesioner	61
Gambar 6.1. Poster Kuesioner	72
Gambar 6.2. Rata-rata Skor Produk	75
Gambar 6.3. Rata-rata Skor Harga	76
Gambar 6.4. Rata-rata Skor Tempat/Distribusi	77
Gambar 6.5. Rata-rata Skor Promosi	78
Gambar 6.6. Rata-rata Skor Keputusan Pembelian	79
Gambar 6.7. Media Sosial yang Paling Sering Digunakan	80
Gambar 6.8. Aspek Penting Media Sosial Layanan Reparasi Gitar	81
Gambar 6.9. Jenis Konten yang Diminati	81
Gambar 6.10. Konten Promosi yang Menarik	82
Gambar 7.1. Deskripsi pada Profil Instagram	89
Gambar 7.2. Tampilan Linktree	89
Gambar 7.3. Contoh Konten Story dan Halaman Utama	90
Gambar 7.4. Kata Kunci (Hastag)	90

Gambar 7.5. Hasil Tayangan Setelah Impelementasi	93
Gambar 7.6. Hasil Interaksi Setelah Implementasi	94
Gambar 7.7. Pengikut Baru Setelah Implementasi	95
Gambar 7.8. Analitik Linktree UMKM X	96
Gambar 7.9. Perbandingan Pendapatan Sesudah Implementasi	97
Gambar 7.10. Halaman Pertama dan Kedua Pendoman Canva	99
Gambar 7.11. Halaman Ketiga Pedoman Canva	99
Gambar 7.12. Halaman Pertama dan Kedua Pedoman Capcut	100
Gambar 7.13. Halaman Ketiga Pedoman Capcut	100
Gambar 7.14. Jasa Desain Feed Instagram Yogyakarta	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Persetujuan Objek Penelitian	107
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan Pemilik Usaha	108
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Asisten Pemilik Usaha	110
Lampiran 4 Foto Observasi	111
Lampiran 5 Penyebaran Kuesioner Riset	111

INTISARI

UMKM X merupakan industri kerajinan (*craft*) dengan bahan kayu. Layanan UMKM X mencakup pembuatan gitar *custom*, gitar setengah jadi (*body*, *neck*, *fretboard*, dll), serta jasa reparasi gitar. Berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik UMKM X, permintaan jasa (layanan) cenderung rendah. Akan tetapi, layanan reparasi gitar selalu ada setiap bulan dibandingkan layanan lainnya. Hal ini menjadi fokus masalah yang ingin diselesaikan karena merupakan layanan yang banyak diminati. Pendapatan dari layanan reparasi gitar Oktober 2024 hingga Maret 2025 adalah Rp393.125 per minggu, sedangkan April 2024 hingga September 2024 adalah Rp896.042 per minggu. Target peningkatan sebesar 30% yaitu Rp.511.062 per minggu merupakan kesepakatan bersama pemilik UMKM X dengan mempertimbangkan pendapatan dari layanan reparasi gitar enam bulan terakhir Oktober 2024 hingga Maret 2025.

Pemasaran digital menjadi solusi yang terpilih untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan diskusi dengan pemilik UMKM X. Sebelum melakukan pemasaran digital, dilakukan riset pemasaran terlebih dahulu. Metode riset pemasaran yang digunakan adalah konklusif-deskriptif. Data sekunder diperoleh dari kompetitor UMKM X yang berada di Yogyakarta dengan cara observasi. Data primer diperoleh survei terhadap target pasar UMKM X. Data primer dan sekunder yang diperoleh, kemudian disusun dengan bantuan SWOT.

Implementasi dilakukan selama dua minggu melalui *Instagram*, menyesuaikan dengan preferensi media target pasar UMKM X. Implementasi berhasil meningkatkan pendapatan sebesar Rp740.000 pada minggu pertama dan Rp1.125.000 minggu kedua. Disimpulkan bahwa hasil perancangan dan implementasi dapat menyelesaikan permasalahan dan mencari *Critical Success Factor* (CSF). Penulis juga memberikan buku pedoman untuk melakukan promosi agar berkelanjutan.

Kata kunci: *Meningkatkan pendapatan, strategi promosi digital, Konklusif-Deskriptif, reparasi gitar*