Engineering Management

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI IKM AN OKE

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Teknik Industri

DIO CHERRY PALIMBONG

190610067

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI IKM AN OKE

yang disusun oleh

Dio Cherry Palimbong

190610067

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 20 Juli 2026

			Keterangan
Dosen Pembimbing 1	:	Ir. Adhi Anindyajati, S.T., M. Biotech, Ph.D.	Telah Menyetujui
Tim Penguji			
Penguji 1	:	Ir. Adhi Anindyajati, S.T., M. Biotech, Ph.D.	Telah Menyetujui
Penguji 2	:	Prof. Dr. Ir. Baju Bawono, S.T., M.T., IPU	Telah Menyetujui
Penguji 3	:	Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 20 Juli 2026

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 : Dio Cherry Palimbong

NPM : 190610067

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI IKM AN OKE” merupakan hasil karya saya pada tahun 2026 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 dicabut gelar Sarjana Teknik yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 24 Maret 2026

Yang menyatakan,

Dio Cherry Palimbong

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus
2. Orang tua dan saudari yang selalu berdoa dan mendukung penyusunan Tugas Akhir
3. Keluarga besar saya
4. Teman-teman dan sahabat saya

PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus oleh karena berkat dan kasihNya sehingga Tugas Akhir ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Digital untuk Meningkatkan Penjualan di IKM An Oke” yang dituliskan ini merupakan *capstone project* dan menjadi salah satu keharusan untuk memenuhi capaian pembelajaran pada Program Studi Sarjana Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Adapun penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari kontribusi banyak pihak. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T. IPU., Asean Eng, sebagai Dekan Fakultas Teknologi Industri UAJY.
2. Dr. Ir. Ign. Luddy Indra P, M.Sc. IPU, sebagai Ketua Departemen Teknik Industri UAJY.
3. Ir. Twin Yoshua R. Destyanto, S.T., M.Sc., Ph. D., IPM, sebagai Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri UAJY.
4. Ir. Adhi Anindyajati, S.T., M.Biotech., Ph.D., IPM, sebagai Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir.
5. Pemilik “IKM An Oke” atas waktu dan izin yang diberikan selama melakukan penelitian.
6. Orang tua, adik, dan keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
7. Teman-teman dan sahabat yang membantu memberikan saran dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir saya .
8. Pihak lain yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis meminta maaf dan mengakui apabila terdapat kekurangan dalam Tugas Akhir yang telah saya susun. Namun, penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.

Yogyakarta, 24 Maret 2026

Dio Cherry Palimbong

DAFTAR ISI

SAMPUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS iii
HALAMAN PERSEMBAHAN iv
PENGANTAR v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
INTISARI xi

BAB 1 PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Batasan Masalah 3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI
2.1 Tinjauan Pustaka 4
2.2 Dasar Teori 11
BAB 3 PENENTUAN ALTERNATIF SOLUSI DAN PEMILIHAN SOLUSI
3.1 Tahapan Penelitian 17
3.2 Tahap Identifikasi Masalah 18
3.3 Tahap Mendefinisikan Ruang Lingkup Permasalahan 21
3.4 Tahap Membangkitkan Alternatif Solusi 22
3.5 Tahap Pemilihan Alternatif Solusi 22
3.6 Tahap Pemilihan Metode 26
BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN
4.1 Tahap Emphatize 30
4.2 Tahap Define 31
4.3 Tahap Ideate 32
4.4 Tahap Prototype 33
4.5 Tahap Test 34
4.6 Keunikan Penelitian 35
4.7 Kode Etik Penelitian 36
BAB 5 PERANCANGAN KONTEN PROMOSI
5.1 Tiktok 37
5.2 Persiapan Promosi 37
5.3 Perancangan Promosi Produk 38
BAB 6 IMPLEMENTASI
6.1 Implementasi 41
6.2 Data Penjualan 47
BAB 7 PENUTUP

7.1 Kesimpulan 56
7.2 Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 57
LAMPIRAN 60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu 5
Tabel 3.1 Permasalahan s*takeholder* 21
Tabel 3.2 Rating penilaian skor 23
Tabel 3.3 Penilaian skor rancangan solusi 24
Tabel 3.4 Penilaian skor pemilihan metode 27
Tabel 6.1 Data penjualan produk online 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik penjualan *online* Juli – Desember 2023 2
Gambar 3.1 Diagram f*ishbone* 19
Gambar 4.1 *Flowchart* tahap *emphatize* 30
Gambar 4.2 *Flowchart* tahap *define* 31
Gambar 4.3 *Flowchart* tahap *ideate* 33
Gambar 4.4 *Flowchart* tahap *prototype* 34
Gambar 4.5 *Flowchart* tahap *test* 35
Gambar 6.1 Akun Tiktok IKM An Oke 41
Gambar 6.2 Akun Tiktok *Shop* IKM An Oke 42
Gambar 6.3 Pengeditan foto produk cetakan srabi tutup 4 43
Gambar 6.4 Pengeditan foto produk cetakan cere 43
Gambar 6.5 Pengeditan foto produk cetakan bikan 44
Gambar 6.6 Pengeditan foto produk cetakan lumpur 44
Gambar 6.7 Pengeditan foto produk cetakan parabola 45
Gambar 6.8 Pengeditan foto produk cetakan kenong 45
Gambar 6.9 Pengeditan foto produk cetakan bolu 45
Gambar 6.10 Pengeditan foto produk cetakan cis 24 46
Gambar 6.11 Proses *live streaming* 46
Gambar 6.12 *Screenshot live streaming* 47
Gambar 6.13 Perbandingan data penjualan Januari 2024 – Januari 2026 48
Gambar 6.14 Perbandingan data penjualan setiap platform Januari 2024 – Januari 2026 49
Gambar 6.15 Analisa data bulan November 2025 50
Gambar 6.16 Analisa data bulan Desember 2025 51
Gambar 6.17 Analisa data bulan Januari 2026 52
Gambar 6.18 *Shop tab* bulan November 2025 53
Gambar 6.19 *Shop tab* bulan Desember 2025 53
Gambar 6.20 *Shop tab* bulan Januari 2026 54
Gambar 6.21 Produk terlaris di Tiktok 55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Alat pencetakan	60
Lampiran 2 Pembuatan pencetakan	60
Lampiran 3 Proses pembakaran	61
Lampiran 4 Proses penuangan lelehan aluminium	61
Lampiran 5 Proses pengambilan hasil cetakan	62
Lampiran 6 Proses penghalusan	62
Lampiran 7 Alat pemotong	63
Lampiran 8 Panduan komunitas Tiktok	64
Lampiran 9 Panduan pembuatan konten Tiktok	65
Lampiran 10 Penyerahan panduan pembuatan konten Tiktok	73
Lampiran 11 Proses pengeditan konten video	74
Lampiran 12 Wawancara *stakeholder*	75
Lampiran 13 Hasil Turnitin	78

INTISARI

IKM An Oke sebuah usaha yang bergerak di bidang manufaktur dan memproduksi produk cetakan kue. Terdapat tantangan untuk meningkatkan penjualan produk yang mengalami penurunan. Penurunan penjualan tersebut memengaruhi operasional usaha dan mengakibatkan *overstock* pada gudang sehingga menyebabkan usaha harus ditutup beberapa kali karena pemasukan yang tidak sebanding dengan pengeluaran. Adapun hasil dari mengidentifikasi akar permasalahan menunjukkan bahwa tidak pernah dilakukannya promosi menjadi penyebab utama dari permasalahan usaha.

Berdasarkan pada diskusi dan pertimbangan teknis yang dilakukan bersama dengan *stakeholders*, solusi yang digunakan yaitu melakukan promosi produk dengan metode penggunaan media sosial dalam prosesnya. Awalnya dilakukan pemilihan media sosial yang akan digunakan dengan mempertimbangkan beberapa hal dan bukti pendukung, lalu menyusun rancangan kegiatan promosi yang akan dilakukan menggunakan media sosial tersebut.

Sebelum melakukan implementasi, dilakukan pengenalan dan penyusunan yang dapat membantu *stakeholder* menjalankan kegiatan promosi dengan baik dan maksimal. Hasil implementasi menunjukkan bahwa penggunaan Tiktok sebagai media promosi dapat meningkatkan penjualan produk dengan menunjukkan hasil yang melewati nilai 2 kali lipat *baseline* yang ditetapkan yaitu 14 produk per bulan.

Kata kunci: penurunan penjualan, *overstock*, promosi, media sosial, Tiktok