1. *Engineering Management*

USULAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI TOKO KS MOTOR

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai derajat Sarjana Teknik Industri

Ernia Valensia

190610107

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

USULAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI TOKO KS MOTOR

yang disusun oleh

Ernia Valensia

190610107

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 20 Juni 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Dr. Ir. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Dr. Ir. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr. Y. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Prof. Ir. The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 20 Juni 2023

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc.

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 : Ernia Valensia

NPM : 190610107

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Usulan Perbaikan Pengendalian Persediaan dan Strategi Pemasaran di Toko KS Motor" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2022/2023 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.

Dumai, 22 April 2023

Yang menyatakan,



Ernia Valensia

HALAMAN PERSEMBAHAN

“When I’m feeling tired and exhausted, I look up to the sky. I know it can’t shines forever. There must be darkness to make it shines brighter. That’s why, think about it again. Look back at the path you’ve been running on. You’ve already come this far, right? Such a waste to give up at this point, right? All the hard times will pass, so get rid of all your worries. Fly up to sky, fly!” – Stray Kids

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri dan orang-orang yang senantiasa mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan sampai selesai :

Mama, Papa, Koko, Dedek, Aso, Dondon, dan Dolin

Putri, Sellin, Yovita, dan Tata

Last but not least, for my cutie oyen furry best friend,
Maomao

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kekuasaan-Nya penulis diberi kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Usulan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Bekas di Toko KS Motor” tepat pada waktunya. Selesainya laporan ini dengan tepat waktu bukan hanya dengan kemampuan penulis semata, namun terdapat pihak-pihak yang telah telah berpatisipasi baik secara teori maupun motivasi, antara lain :

a. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam semua proses penyelesaian Tugas Akhir.
b. Bapak Dr. Ir. Baju Bawono, S.T., M.T., IPU., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan arahan dan bantuan baik secara teori maupun motivasi yang sangat membantu penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
c. Bapak Anugrah Kusumo Pamosoaji, S.T., M.T., Ph. D., selaku Dosen Pembimbing Akademik dari Semester 1 sampai Semester 7 yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan selama penulis di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
d. Bapak Dr. Ir. A. Teguh Siswantoro, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
e. Ir. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.T., Dr. Eng., selaku Kepala Departemen Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
f. Ibu Ir. Lenny Halim, S.T., M.T., selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
g. Ibu Dr. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T., selaku Dosen Penguji 2 dan Bapak Prof. Ir. The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng., selaku Dosen Penguji 3.
h. Seluruh Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan dalam berbagai mata kuliah yang bermanfaat.
i. Bapak Kian Sun dan seluruh pihak Toko KS Motor yang memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan penelitian untuk Tugas Akhir.
j. Seluruh anggota keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dari awal kuliah sampai menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir.
k. Semua teman-teman penulis yang saling mendukung dan menemani penulis selama kuliah di Jogja.

l. Pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebut satu per satu.

Selain itu penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu penulis meminta maaf dan menerima kritik dan saran dari pembaca agar kedepannya akan menjadi lebih baik lagi. Di akhir kata, penulis berharap semoga dengan adanya laporan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Dumai, 22 April 2023



Penulis

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
	KATA PENGANTAR	v
	DAFTAR ISI	vii
	DAFTAR TABEL	ix
	DAFTAR GAMBAR	xi
	DAFTAR LAMPIRAN	xiii
	INTISARI	xiv
1	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	5
	1.3. Tujuan Penelitian	5
	1.4. Batasan Penelitian	6
2	TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	
	2.1. Tinjauan Pustaka	7
	2.2. Dasar Teori	14
3	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1. Tahap *Empathize*	17
	3.2. Tahap *Define*	18
	3.3. Tahap *Ideate*	20
	3.4. Tahap *Prototype*	23
	3.5. Tahap *Test*	24
4	PEMILIHAN ALTERNATIF SOLUSI DAN METODE	
	4.1. Pemilihan Alternatif Solusi	26
	4.2. Pemilihan Alternatif Metode	27
	4.3. Keunikan Penelitian	29

	4.4. Standar dan Kode Etik	29
5	DATA DAN ANALISIS	
	5.1. Pengumpulan Data	32
	5.2. Analisis Data	32
6	PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI	
	6.1. Persiapan dan Perancangan Implementasi	59
	6.2. Implementasi	66
7	HASIL IMPLEMENTASI	
	7.1. Progress Perkembangan Instagram	73
	7.2. Pengaruh yang Didapatkan dari Implementasi	76
	7.3. Usulan Mengenai Kegiatan Promosi Lanjutan	91
	7.4. Ringkasan Panduan atau *Tips* Promosi	93
8	KESIMPULAN DAN SARAN	
	8.1. Kesimpulan	101
	8.2. Saran	101
	DAFTAR PUSTAKA	102
	LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu 11
Tabel 4.1. Pemilihan Alternatif Solusi 27
Tabel 4.2. Pemilihan Alternatif Metode 28
Tabel 5.1. Ringkasan Stok dan Jumlah Sepeda Motor *Matic* Terjual per Bulan 34
Tabel 5.2. Ringkasan Stok dan Jumlah Sepeda Motor *Manual* Terjual per Bulan 34
Tabel 5.3. Perbandingan Stok dan Jumlah Sepeda Motor yang Terjual per Bulan 36
Tabel 5.4. Proporsi Keuntungan Penjualan Sepeda Motor Bekas 37
Tabel 5.5. Hasil Klasifikasi ABC 39
Tabel 5.6. Ringkasan Hasil Klasifikasi ABC 40
Tabel 5.7. Ringkasan Tahun Produksi Sepeda Motor Bekas yang Terjual 41
Tabel 5.8. Ringkasan Warna Sepeda Motor Bekas yang Terjual 42
Tabel 5.9. Usulan Kriteria Sepeda Motor Bekas yang Disediakan 43
Tabel 5.10. Urutan Prioritas Pembelian Sepeda Motor 44
Tabel 5.11. Nilai Tingkat Kepentingan 48
Tabel 5.12. Penulisan Bentuk Nilai Desimal Perbandingan Kriteria 49
Tabel 5.13. Proporsi Kriteria 49
Tabel 5.14. Bobot Rata-rata Kriteria 49
Tabel 5.15. Proporsi Rata-rata Kriteria 49
Tabel 5.16. Rasio Kriteria 50
Tabel 5.17. *Random Index* 50
Tabel 5.18. Bentuk Nilai Desimal Alternatif dengan Kriteria Biaya 51
Tabel 5.19. Bentuk Nilai Desimal Alternatif dengan Kriteria Kemudahan 52
Tabel 5.20. Bentuk Nilai Desimal Alternatif dengan Kriteria Urgensi 52
Tabel 5.21. Bobot Rata-rata Alternatif dengan Kriteria Biaya 52
Tabel 5.22. Bobot Rata-rata Alternatif dengan Kriteria Kemudahan 53
Tabel 5.23. Bobot Rata-rata Alternatif dengan Kriteria Urgensi 53
Tabel 5.24. Proporsi Rata-rata Alternatif dengan Kriteria Biaya 53
Tabel 5.25. Proporsi Rata-rata Alternatif dengan Kriteria Kemudahan 54

Tabel 5.26. Proporsi Rata-rata Alternatif dengan Kriteria Urgensi 54
Tabel 5.27. Rasio Alternatif dengan Kriteria Biaya 55
Tabel 5.28. Rasio Alternatif dengan Kriteria Kemudahan 55
Tabel 5.29. Rasio Alternatif dengan Kriteria Urgensi 55
Tabel 5.30. Total Skor Bobot Alternatif Promosi 57
Tabel 6.1. Pemilihan *Username* 60
Tabel 7.1. Progress Perkembangan Instagram 73
Tabel 7.2. Ringkasan Perbandingan Penjualan 88
Tabel 7.3. Ringkasan Perbandingan Total Keuntungan 88
Tabel 7.4. Data Penjualan Periode 28 Maret – 10 April 2023 90
Tabel 7.5. Ringkasan Panduan atau *Tips* Promosi 93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. *Flowchart* Tahap *Empathize* 18
Gambar 3.2. *Flowchart* Tahap *Define* 19
Gambar 3.3. *Flowchart* Tahap *Ideate* 21
Gambar 3.4. *Flowchart* Tahap *Prototype* 23
Gambar 3.5. *Flowchart* Tahap *Test* 25
Gambar 5.1. Grafik Total Keuntungan yang Didapatkan 33
Gambar 5.2. Grafik Jumlah Sepeda Motor yang Terjual 33
Gambar 5.3. *Run Chart* Perbandingan Stok dan Jumlah Sepeda Motor *Matic* Terjual 35
Gambar 5.4. *Run Chart* Perbandingan Stok dan Jumlah Sepeda Motor *Manual* Terjual 35
Gambar 5.5. *Run Chart* Perbandingan Stok dan Jumlah Sepeda Motor yang Terjual per Bulan 36
Gambar 5.6. Diagram Pareto Persentase Kumulatif 40
Gambar 5.7. Lokasi Toko KS Motor 46
Gambar 5.8. Hierarki Pemilihan Alternatif Promosi 48
Gambar 6.1. Tampak Depan Sepeda Motor Bekas 61
Gambar 6.2. Tampak Depan Kiri Sepeda Motor Bekas 62
Gambar 6.3. Tampak Depan Kanan Sepeda Motor Bekas 62
Gambar 6.4. Tampak Belakang Kiri Sepeda Motor Bekas 62
Gambar 6.5. Tampak Belakang Kanan Sepeda Motor Bekas 63
Gambar 6.6. Jarak Tempuh Sepeda Motor Bekas 63
Gambar 6.7. Rencana Tampilan dan Konten Instagram 64
Gambar 6.8. *Profile Picture* Instagram 65
Gambar 6.9. Profil Instagram 66
Gambar 6.10. Konten *Post* Lokasi dan Syarat Kredit 66
Gambar 6.11. Kumpulan *Post* Stok Sepeda Motor Bekas 67
Gambar 6.12. Kumpulan Konten *Post* dan *Reels* 68
Gambar 6.13. Kumpulan Konten *Story* berisi *Reminder* Waktu Buka dan Tutup 69
Gambar 6.14. Kumpulan Konten *Story* berisi *Reminder* untuk Mengecek *Post* Stok Sepeda Motor 70
Gambar 6.15. Kumpulan Konten *Reels* 71

Gambar 6.16. Profil Grup Facebook 71
Gambar 6.17. Contoh Unggahan di Grup Facebook 72
Gambar 7.1. Jangkauan Akun Instagram 77
Gambar 7.2. Jangkauan Pengguna 78
Gambar 7.3. Interaksi Akun Instagram 79
Gambar 7.4. Interaksi Pengguna 80
Gambar 7.5. *Followers* Instagram 81
Gambar 7.6. Bukti *Screenshot* Pertanyaan dari Instagram 82
Gambar 7.7. Bukti *Screenshot* Komentar Facebook 83
Gambar 7.8. Bukti *Screenshot* Pertanyaan melalui Grup Facebook 83
Gambar 7.9. Bukti *Screenshot* Pertanyaan melalui Messenger dan Whatsapp berdasarkan Unggahan Facebook 84
Gambar 7.10. Pencacatan Penjualan 1 dan 2 85
Gambar 7.11. Pencacatan Penjualan 3 dan 4 86
Gambar 7.12. Pencacatan Penjualan 5 86
Gambar 7.13. Bukti Penjualan 1 dan 2 87
Gambar 7.14. Bukti Penjualan 3, 4, dan 5 87
Gambar 7.15. Permasalahan Promosi di Grup Facebook 91
Gambar 7.16. Jangkauan Konten Terbanyak 92
Gambar 7.17. Halaman *Cover* Buku Panduan Promosi 95
Gambar 7.18. Halaman Penggunaan Media Sosial 96
Gambar 7.19. Halaman Konten Promosi 96
Gambar 7.20. Halaman Jenis Konten Instagram 97
Gambar 7.21. Halaman Gambar Stok 97
Gambar 7.22. Halaman Keterangan Informasi Stok 98
Gambar 7.23. Halaman Susunan Konten 98
Gambar 7.24. Halaman Penggunaan Warna Latar 99
Gambar 7.25. Halaman Waktu *Upload* Konten 99
Gambar 7.26. Halaman Strategi Permasalahan Grup Facebook 100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bimbingan Pertama Bersama Dosen Pembimbing melalui Microsoft Teams 105

Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan *Stakeholder* Toko KS Motor 105

Lampiran 3. *Interrelationship Diagram* 110

Lampiran 4. Tampilan Depan Toko KS Motor 111

Lampiran 5. Sisi Kiri Toko KS Motor 111

Lampiran 6. Sisi Kanan Toko KS Motor 111

Lampiran 7. Surat Keterangan Penelitian 112

Lampiran 8. Data Stok dan Penjualan Bulan September 113

Lampiran 9. Data Stok dan Penjualan Bulan Oktober 113

Lampiran 10. Data Stok dan Penjualan Bulan November 114

Lampiran 11. Data Stok dan Penjualan Bulan Desember 114

Lampiran 12. Data Stok dan Penjualan Bulan Januari 115

Lampiran 13. Data Stok dan Penjualan Bulan Februari 116

Lampiran 14. Hasil Cek Turnitin 117

INTISARI

Toko KS Motor merupakan sebuah usaha dagang yang melayani proses jual beli dan tukar tambah sepeda motor bekas. Pada toko tersebut terdapat empat orang *stakeholder* yang terlibat, yaitu pemilik toko, wakil pemilik, bagian pelayanan konsumen, dan konsumen. Sepeda motor bekas yang ditawarkan terdiri dari berbagai *merk,* tipe, tahun produksi, serta kualitas dan kondisi yang bergantung pada pemakaian sebelumnya. Permasalahan yang dialami di toko ini adalah terjadinya penurunan total keuntungan penjualan sepeda motor bekas. Permasalahan ini juga berkaitan dengan penjualan yang menurun. Setelah dilakukan identifikasi masalah, diketahui bahwa penyebab dari permasalahan tersebut dikarenakan pihak toko yang belum menentukan kriteria dan prioritas pembelian sepeda motor yang baik dan belum ada kegiatan pemasaran atau promosi yang tepat dan rutin. *Critical success factor* dari penelitian ini adalah meningkatkan penjualan sekitar 50% dan total keuntungan penjualan sekitar 15%.

Berdasarkan referensi dari tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, solusi yang dipilih untuk permasalahan pada penelitian ini adalah strategi pemasaran. Adapun metode analisis yang dipilih untuk strategi pemasaran adalah *marketing mix* 4P dan AHP atau *Analytical Hierarchy Process* untuk memilih alternatif promosi.

Hasil analisis yang didapatkan adalah kriteria dan prioritas pembelian stok sepeda motor bekas. Hasil analisis lainnya adalah promosi yang terpilih, yaitu promosi menggunakan media sosial. Setelah mendapatkan hasil analisis, dilakukan perancangan untuk menyusun rencana promosi yang akan dilakukan dalam proses implementasi. Implementasi dilakukan dengan mengunggah konten di media sosial Instagram, kemudian konten stok sepeda motor tersebut juga disebarkan di grup Facebook yang berfokus pada jual beli sepeda motor dan mobil bekas. Berdasarkan implementasi yang dilakukan selama dua minggu, didapatkan hasil bahwa *critical success factor* bisa tercapai dengan jumlah unit yang terjual adalah 5 unit atau sekitar 67% dan total keuntungan yang didapatkan meningkat sebesar 17%.

Kata kunci : Sepeda Motor Bekas, Strategi Pemasaran, *Marketing Mix,* Promosi, *Analytical Hierarchy Process.*