

LAPORAN TUGAS AKHIR

MODEL PEMASARAN BERBASIS DIGITAL
(STUDI KASUS: IKM BATIK AKASIA DI KABUPATEN
BANTUL)



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:
Andini Agustin Maryani
D 600.199.133

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023

LAPORAN TUGAS AKHIR

MODEL PEMASARAN BERBASIS DIGITAL
(STUDI KASUS: IKM BATIK AKASIA DI KABUPATEN
BANTUL)



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:
Andini Agustin Maryani
D 600.199.133

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023

HALAMAN PENGESAHAN

MODEL PEMASARAN BERBASIS DIGITAL (STUDI KASUS: IKM BATIK AKASIA DI KABUPATEN BANTUL)

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari : Kamis,
Tanggal : 09 Maret 2023

Disusun oleh

Nama : Andini Agustin Maryani
NIM : D600199133
Jur/Fak : Teknik Industri/Teknik

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

(Dr. Ir. Suranto, S.T., M.M.)

HALAMAN PERSETUJUAN

MODEL PEMASARAN BERBASIS DIGITAL (STUDI KASUS: IKM BATIK AKASIA DI KABUPATEN BANTUL)

Telah dipertahankan pada Sidang Pendadaran Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta Dihadapan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 09 Maret 2023
Jam : 09.50 - 11.30

Menyetujui

Nama

1. Dr. Ir. Suranto, S.T., M.M.
(Ketua)
2. Mila Faila Sufa, ST., MT.
(Anggota)
3. Ir. Much. Djunaidi, ST., MT.
(Anggota)

Tanda Tangan



Dekan Fakultas Teknik
(Rois Fatoni, S.T., M.Sc., Ph.D.)

Mengetahui:

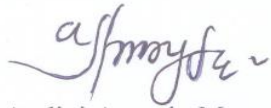


Ketua Jurusan Teknik Industri
(Enika Muslimah, S.T., M.M., M.T.)

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Surakarta, 29 Maret 2023



Andini Agustin Maryani

MOTTO

“مَنْ جَدَّ وَجَدَ”

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka dapatlah ia”

“We do not need magic to change the world, we carry all the power we need inside ourselves already: we have the power to imagine better”

(J.K Rowling)

“Jangan menunggu waktu yang tepat untuk melakukan sesuatu, karena tidak ada waktu yang tepat bagi mereka yang menunggu”

(Andini Agustin Maryani)

“Hanya karena oranglain menyelesaikannya dengan lebih dulu, bukan berarti kita gagal. It's all about timing”

(Andini Agustin Maryani)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penyusunan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Penulis ingin mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala kesempatan, kesehatan, serta rezeki untuk melanjutkan program studi S1 ini hingga akhir. Shalawat serta salam selalu dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua orang tua. Tidak ada kata yang cukup untuk diekspresikan begitu berterimakasihnya anakmu atas segala air mata, keringat hingga darah yang telah kau tumpahkan demi selesainya studi S1 ini. Terima kasih atas doa, nasehat, teladan, dukungan, cinta dan kasih sayang yang tiada hentinya kepada anak sulungnya selama ini. Semoga dengan selesainya studi S1 ini akan menjadi batu lompatan agar bisa menjadi orang yang berhasil dan bermanfaat bagi dunia dan akhirat. Semoga dengan selesainya studi S1 ini juga bisa membuat Bapak dan Mamah bahagia dan bangga. Penulis ingin membuktikan bahwa suatu saat nanti, Andini Agustin Maryani bisa menjadi orang yang bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, agama, nusa dan bangsa. Semoga Bapak dan Mamah selalu diberikan panjang umur, kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
3. Bapak Suranto selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah berkenan membimbing dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
4. Semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT, atas telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “MODEL PEMASARAN BERBASIS DIGITAL (STUDI KASUS: IKM BATIK AKASIA DI KABUPATEN BANTUL)” sebagai syarat menyelesaikan program S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan penyusunan Tugas Akhir penulis mendapatkan beberapa saran, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Berkah dan Nikmat-Nya kepada penulis.
2. Kepada kedua orang tua yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, support, kerja keras, pengorbanan serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Gelar sarjana ini penulis persembahkan untuk kalian.
3. Kepada diri sendiri, yang telah berjuang melawan rasa malas dan bekerja keras untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Kepada Bapak Rois Fatoni, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Kepada Ibu Etika Muslimah, S.T., M.M., M.T. selaku ketua jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Kepada Bapak Dr. Ir Suranto, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Kepada Dosen-dosen di jurusan Teknik Industri UMS yang selama ini banyak berperan memberikan pengalaman serta pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

8. Kepada pihak Batik Akasia yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melangsungkan penelitian dan memperoleh data, terutama kepada Pak Agus, Ibu Ii, Mba Intan dan Mba Nur.
9. Seluruh reponden dan pihak yang terkait dalam penelitian ini.
10. Keluarga yang telah memberikan support, doa dan nasihat untuk penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Adik tersayang Wiwin, terimakasih untuk canda tawa, suka dan duka yang kamu beri. Terimakasih telah membuat warna dalam kehangatan keluarga.
12. Seluruh Teman-teman mahasiswa Teknik Industri angkatan 2019 yang telah memberi masukan, semangat, dan saran kepada penulis.
13. Orang-orang yang pernah menemani penulis, terima kasih atas segalanya sehingga penulis terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua orang yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini terimakasih banyak.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Laporan Tugas Akhir ini penulis harapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surakarta, Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Luaran Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Batik.....	7
2.2 Industri Kecil Menengah	8
2.3 Pemasaran Digital	9
2.4 Google My Bussines	10
2.5 Website	11
2.6 Media Sosial	12
2.7 E-commerce	13
2.8 Volume Penjualan.....	16
2.9 Partial Least Square	17
2.10 Structural Equation Model (SEM).....	17
2.11 PLS-SEM	18
2.12 Definisi Setiap Variabel dan Indikator	19
2.13 Model.....	21
2.14 Konsep Teoritis.....	21
2.15 Konsep Hipotesis	22
2.16 Tinjauan Pustaka.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.2 Waktu Penelitian.....	34
3.3 Kerangka Penelitian.....	34
3.4 Jenis Penelitian	36
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.6 Data Penelitian.....	37
3.7 Variabel Penelitian.....	38
3.8 Kerangka Model Struktural	41
3.9 Hipotesis	41
3.10 Instrumen Penelitian	42
3.11 Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum IKM Batik Akasia	46
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.3 Analisis Data.....	50
4.4 Interpretasi Hasil Analisis.....	61
4.5 Penjelasan Model.....	63
4.6 Rekomendasi Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka	25
Tabel 3. 1 Variabel Independen.....	39
Tabel 3. 2 Variabel dependen.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Data Input SmartPLS	50
Tabel 4. 5 <i>Output Loading Factor 1</i>	52
Tabel 4. 6 <i>Output Loading Factor 2</i>	54
Tabel 4. 7 <i>Output Average Variance Extracted (AVE)</i>	55
Tabel 4. 8 <i>Output Cross Loading</i>	56
Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 4. 10 <i>Output Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 4. 11 Output Coefficient of Determination (R ²).....	59
Tabel 4. 12 <i>Output Path Coefficient</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep Berfikir	22
Gambar 3. 1 Waktu Pelaksanaan	34
Gambar 3. 2 Kerangka Penelitian	35
Gambar 3. 3 Kerangka Model Struktural	41
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Gambar 4. 4 <i>Output Loading Factor</i> 1.....	53
Gambar 4. 5 <i>Output Loading Factor</i> 2.....	55
Gambar 4. 6 Model Pemasaran Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Volume Penjualan.....	64

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada zaman ini sangat begitu pesat. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia bertransisi dari yang semula konvensional atau offline menjadi digital atau online. Kemajuan teknologi ini membuat persaingan yang semakin ketat kepada sesama produsen yang menawarkan produk batik, kendala tersebut sangat berdampak pada penjualan batik dari Batik Akasia. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, maka Batik Akasia perlu mengembangkan model pemasaran yang tentunya dapat mempertahankan keeksistensianya ditengah persaingan yang semakin ketat antar perusahaan yang sejenis dan agar Batik Akasia dapat menghasilkan profit yang maksimal serta dapat bertahan pada kondisi yang tidak menentu. Penelitian ini bertujuan untuk membuat model pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan bagi IKM Batik Akasia. Penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) dengan memakai software SmartPLS Data dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner google form yang ditujukan kepada followers Instagram (konsumen) Batik Akasia dengan jumlah 79 sampel responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling.

Hasil penelitian berdasarkan pengujian hipotesis model yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel google my business berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel volume penjualan, variabel website berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan, variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan dan variabel e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan. Hasil pengolahan dan analisis data telah didapatkan model yang tepat dengan beberapa variabel yang dapat meningkatkan volume penjualan pada IKM Batik Akasia sesuai dengan kriteria uji kesesuaian model yaitu **variabel website** dengan indikator company profile dan katalog website. Kemudian **variabel media sosial** dengan indikator facebook, Instagram, tiktok dan whatsapp business. Kemudian **variabel e-commerce** dengan indikator shopee, Tokopedia dan Lazada.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Model, SEM-PLS, Smart-PLS

Abstract

The development of technology in this era is very rapid. The rapid development of technology, the digital world and the internet of course also has an impact on the world of marketing. Marketing trends in the world are transitioning from conventional or offline to digital or online. These technological advances have made competition increasingly stringent among producers offering batik products, these constraints have greatly impacted batik sales from Batik Akasia. To maintain the viability of the company, Batik Akasia needs to develop a marketing model that can certainly maintain its existence amidst increasingly fierce competition between similar companies and so that Batik Akasia can generate maximum profits and can survive uncertain conditions. This study aims to create the right marketing model to increase sales volume for Akasia Batik IKM. This research uses Partial Least

Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) analysis using SmartPLS software. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique.

The results of the research based on the model hypothesis testing carried out can be concluded that the google my business variable has a negative and not significant effect on the sales volume variable, the website variable has a positive and significant effect on the sales volume variable, the social media variable has a positive and significant effect on the sales volume variable and variable e-commerce has a positive and significant effect on sales volume variables. The results of data processing and analysis have obtained the right model with several variables that can increase sales volume at IKM Batik Akasia according to the model suitability test criteria, namely the website variable with company profile indicators and website catalogs. Then social media variables with indicators Facebook, Instagram, TikTok and WhatsApp business. Then the e-commerce variable with the indicators of shopee, Tokopedia and Lazada.

Keywords: Digital Marketing, Model, SEM-PLS, Smart-PLS