

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN  
PENJUALAN BATIK LEMBAYUNG DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE SOSTAC**



Oleh :

**Saila Irfany Yasmin**

NIM : 20083000165

**PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN  
PENJUALAN BATIK LEMBAYUNG DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE SOSTAC**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Sarjana Sistem Informasi ( S.Kom )

Oleh :

**Saila Irfany Yasmin**

NIM : 20083000165

**PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2024**

## MOTTO

“ Terkadang, kesulitan harus kamu rasakan terlebih dulu sebelum kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu “

- R.A. Kartini -

“ It’s simple. Don’t start something you know you can’t finish and don’t make promises you can’t keep. Be consistent, mean what you say and let your actions speak for you. All else will fall into place “

- R. M. Drake -


## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Saila Irfany Yasmin  
NIM : 20083000165  
Program Studi : Sistem Informasi  
Bidang Kajian : Analisis Data  
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan  
Penjualan Batik Lembayung Dengan Menggunakan  
Metode SOSTAC


Malang, 22 Juli 2024

### DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi  
S1 Sistem Informasi

  
Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd.  
NIDN. 0711059203

Dosen Pembimbing

  
Fandi Yulian P., S.Kom., M.Kom  
NIDN 0713089701

  
Dekan  
Fakultas Teknologi Informasi  
Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si.  
NIDN 0716037601

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Saila Irfany Yasmin  
NIM : 20083000165  
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Batik  
Lembayung Dengan Menggunakan Metode SOSTAC

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji pada,

Hari : Selasa  
Tanggal : 23 Juli 2024  
Tempat : Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Merdeka Malang.

Susunan Penguji

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

Viry Puspaning R. AMd Li, S.Kom, M.kom  
NIDN. 0725019602

Fandi Yulian P. S.kom., M.Kom  
NIDN. 0713089701

Anggota Penguji

Firnanda Al-Islahia A. S.Kom, M.kom  
NIDN. 0706129401

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Sistem Informasi

Malang, 15 Agustus 2024

Dekan Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Merdeka Malang



Dr. Marghita Andarwati, SE., M.Si  
NIDN. 0716037601

iv

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : SAILA IRFANY YASMIN  
NPM : 20083000165  
Program Studi : S1 Sistem Informasi  
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan  
Penjualan Batik Lembayung Dengan Menggunakan Metode SOSTAC  
Fakultas : Teknologi Informasi  
Perguruan Tinggi : Universitas Merdeka Malang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:  
“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Batik  
Lembayung Dengan Menggunakan Metode SOSTAC ”

adalah benar-benar hasil karya saya dan bukan karya orang lain  
(plagiasi/jiplakan) serta tidak didasarkan pada data palsu, baik sebagian  
maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila  
ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur  
plagiat, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik berupa pencabutan  
gelar akademik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 15 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Saila Irfany

## ABSTRAK

Analisis Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan Batik Lembayung dengan Menggunakan Metode SOSTAC. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana teknik pemasaran diterapkan untuk meningkatkan penjualan Batik Lembayung menggunakan metode SOSTAC dan juga untuk menilai efektifitas sosial media yang digunakan Batik Lembayung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode SOSTAC. Adapun instrument penelitiannya adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi pada Batik Lembayung. Sumber data penelitian ini adalah hasil wawancara dari pembatik dan juga pemilik langsung dari Batik lembayung. Adapun hasilnya, dengan adanya Tiktok juga mampu membangkitkan dan dapat meningkatkan penjualan Batik lembayung bahkan lebih meningkat dari sebelumnya. Batik Lembayung telah secara efisien menggunakan metode pemasaran digital di tiga saluran, termasuk Shopee, Tiktok, dan Instagram. Batik Lembayung telah berhasil menciptakan perubahan yang berbeda dari sebelumnya dengan memanfaatkan pendekatan SOSTAC. Secara keseluruhan, telah terjadi peningkatan nyata dalam penjualan di semua platform sejak pendekatan SOSTAC diterapkan, timbul dampak yang baik dan konstan. Strategi Pemasaran Batik Lembayung didasarkan pada teori SOSTAC, yang menguraikan semua tugas yang direncanakan yang harus diselesaikan untuk mencapai tujuan, seperti yang dapat disimpulkan dari penelitian yang disebutkan di atas.

**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Media Sosial, Metode SOSTAC

## **ABSTRACT**

*Analysis of Marketing Strategies in Increasing Sales of Lembayung Batik Using the SOSTAC Method. This study aims to determine how marketing techniques are applied to increase sales of Batik Lembayung using the SOSTAC method and also to assess the effectiveness of social media used by Batik Lembayung. This type of research is qualitative research using the SOSTAC method. The research instruments are observation, interviews, and documentation on Lembayung Batik. The source of data for this research is the results of interviews from batik and also the direct owner of Batik Lembayung. As for the results, the existence of Tiktok is also able to revive and can increase sales of Batik Lembayung even more than before. Batik Lembayung has efficiently used digital marketing methods across three channels, including Shopee, Tiktok, and Instagram. Batik Lembayung has succeeded in creating a different change than before by utilizing the SOSTAC approach. Overall, there has been a noticeable increase in sales across all platforms since the SOSTAC approach was implemented, with a good and constant impact. The Lembayung Batik Marketing Strategy is based on the SOSTAC theory, which outlines all the planned tasks that must be completed to achieve the goals, as can be deduced from the research mentioned above.*

*Keywords : Marketing Strategy, Increased Sales, Social Media, SOSTAC Method*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia, Rahmat, serta hidayahnya sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.
2. Diri saya sendiri, terima kasih karena sudah mau berjuang dan bertahan sampai saat ini.
3. Kedua orang tua saya yang sangat saya hormati dan saya sayangi, Ayah Endrawan dan Ibu Kiki yang telah memberikan kasih sayang dan semuanya kepada saya, yang menjadi penyemangat saya selalu dalam suka maupun duka sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
4. Adik saya, Malik dan Afin, yang selalu mau menemani disaat stress dan selalu ada disaat saya membutuhkan. Terimakasih untuk moodboster ku.
5. Kakak sepupu saya, Mei yang juga membantu saya dari awal hingga akhir pembuatan skripsi ini.
6. Sahabat – sahabat saya yang selalu mendukung saya dimanapun dan kapanpun, Atul, Hira, Shita, Belatenova, Terimakasih atas semua support dan dukungannya selalu. Terimakasih sudah mau menjadi tempat berkeluh kesah suka dan dukanya.
7. Keluarga besarku yang selalu mendoakan setiap saat sampai di titik ini. Terimakasih semua support dan doanya.
8. Dosen pembimbing saya bapak Fandi Yulian Pamuji, S.Kom., M.Kom Yang sudah membimbing saya serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih untuk semua pihak yang belum bisa disebutkan, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, Amiinnn.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mengkaruniakan berkah dan kasih sayang -Nya sehingga atas izin -Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Batik lembayung Dengan Menggunakan Metode SOSTAC”

Penulis Menyusun skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Sistem Informasi (S.Kom) pada program studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak dapat dipisahkan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya terhadap pihak terkait.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Fandi Yulian Pamuji, S.Kom., M.Kom. telah memberikan banyak saran dan arahan selama bimbingan. Tanpa saran dan arahan dosen pembimbing saya, tidak mungkin saya bisa berada di titik ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga ayah, ibu, adik, sahabat dan semua keluarga saya atas dukungan serta doa yang selalu menyertai langkah penulis.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah mencurahkan hikmat dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Batik Lembayung Dengan Menggunakan Metode SOSTAC”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Sistem Informasi Pada Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan dorongan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Fandi Yulian Pamuji, S.Kom., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing
2. Ibu Viry Puspaning Ramadhan, AMd Li, S.Kom, M.Kom.selaku dosen penguji I, dan Bapak Firnanda Al-Islama Achyunda Putra, S.Kom, M.Kom.selaku dosen penguji II
3. Ibu Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi
4. Ibu Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi
5. Bapak Prof. Dr. Anwar Sanusi, SE., MSi. selaku Rektor Universitas Merdeka Malang

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 15 Agustus 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	3
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	3
<b>1.5 Batasan Masalah</b> .....	4
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	5
<b>2.1.1 Strategi Pemasaran</b> .....	5
<b>2.1.2 Digital Marketing</b> .....	5
<b>2.1.3 Social Media</b> .....	5
<b>2.1.4 Instagram</b> .....	6
<b>2.2 Metode SOSTAC</b> .....	6
<b>2.2.1 Situation Analysis</b> .....	7
<b>2.2.2 Objective</b> .....	7
<b>2.2.3 Strategy</b> .....	7

2.2.4 Tactics .....	8
2.2.5 Action .....	8
2.2.6 Control .....	8
2.3 Penelitian Terdahulu .....	8
<b>BAB III</b> .....	10
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	10
<b>3.1 Desain Penelitian</b> .....	10
3.1.1 Pengumpulan Data .....	10
3.1.2 Studi Literatur .....	14
3.1.3 Analisis SWOT .....	14
3.1.4 Situation Analysis .....	15
3.1.5 Objective .....	16
3.1.6 Strategy .....	17
3.1.7 Tactics .....	18
3.1.8 Action .....	18
3.1.9 Control .....	19
3.2 Analisis Data .....	19
3.3 Lokasi Penelitian .....	19
3.4 Populasi dan Sampel .....	20
<b>BAB IV</b> .....	21
<b>HASIL PEMBAHASAN</b> .....	21
<b>4.1 Situation Analysis</b> .....	21
4.1.1 Customer Insight .....	21
4.1.2 Competitor Analysis .....	22
4.1.3 Current Channel .....	23
4.1.4 Analisis SWOT .....	24
4.2 Objective .....	27
4.3 Strategy .....	29
4.3.1 Segmentation .....	29
4.3.2 Targetting .....	30
4.3.3 Objective .....	30
4.3.4 Positioning .....	31
4.3.5 Sequence .....	32
4.3.6 Integration .....	33
4.3.7 Tools .....	33
4.4 Tactics .....	33
4.5 Action .....	34
4.5.1 Manfaatkan elemen yang belum pernah digunakan sebelumnya untuk mengoptimalkan	

jaringan media sosial Anda.....	34
<b>4.5.2 Menghasilkan Konten Pemasaran Baru, Terutama di Saluran Media Sosial .....</b>	<b>35</b>
<b>4.5.3 Gunakan media sosial untuk menyebarkan informasi terkait tentang Batik Lembayung untuk meningkatkan promosi.....</b>	<b>36</b>
<b>4.5.4 Buat Kampanye Berbayar dengan Tujuan Menjangkau Audiens Tertentu.....</b>	<b>38</b>
<b>4.6 Control .....</b>	<b>39</b>
<b>4.7 Hasil Analisis Data.....</b>	<b>39</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>41</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>41</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>41</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>41</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>42</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabel 3. 1 Wawancara.....</b>	<b>11</b>
<b>Tabel 3. 2 Analisis SWOT .....</b>	<b>15</b>
<b>Tabel 4. 1 Customer Insight.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabel 4. 2 Competitor Analysis .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 4. 3 Analisis SWOT .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabel 4. 4 Penetapan Objective .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 4. 5 Objective .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 4. 6 Segmentation Strategy Shopee .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 4. 7 Segmentation Strategy Instagram .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 4. 8 Segmentation Strategy Tiktok .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 4. 9 Objective 5S pada Instagram, Shopee &amp; Tiktok .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 4. 10 Positioning .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4. 11 Sequence .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4. 12 Action Memperbaiki Channel Social Media Instagram .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4. 13 Action Memperbaiki Channel E-Commerce Shopee .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4. 14 Action Membuat Media Pemasaran Baru Pada Tiktok.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4. 15 Action Meningkatkan Promosi pada Instagram.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4. 16 Action Meningkatkan Promosi pada Shopee .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 17 Action Meningkatkan Promosi pada Tiktok.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4. 18 Perbandingan Data Sebelum dan Sesudah Implementasi Metode SOSTAC .....</b>	<b>39</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Model SOSTAC .....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>Gambar 3. 2 Proses Mencanting .....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 3. 3 Proses Mewarna dan Melorot Kain Batik .....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 3. 4 Produk Kain Batik Lembayung.....</b>	<b>14</b>
<b>Gambar 3. 5 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>20</b>
<b>Gambar 4. 1 Profile Instagram Batik Lembayung.....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 4. 2 Profile Shopee Batik lembayung.....</b>	<b>24</b>