

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
PENERAPAN METODE *SIX SIGMA* DMAIC UNTUK
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS *DIGITAL MARKETING*
E-COMMERCE TIKTOK DI PT. KHURENZA CILONGOK
KABUPATEN BANYUMAS**



SANGIDUN

19262011014

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI
CILACAP
2025**

TUGAS

AKHIR

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
PENERAPAN METODE *SIX SIGMA* DMAIC UNTUK
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS *DIGITAL MARKETING*
E-COMMERCE TIKTOK DI PT. KHURENZA CILONGOK
KABUPATEN BANYUMAS**



SANGIDUN

19262011014

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI
CILACAP**

2025

PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sangidun

NIM : 19262011014

Fakultas/Prodi : Teknologi Industri/Teknik Industri

Tahun : 2025

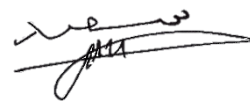
Judul Skripsi : Perancangan Strategi Pemasaran dengan Penerapan Metode
Six Sigma DMAIC untuk Meningkatkan Efektivitas
Digital Marketing E-commers Tiktok di PT. Khurenza
Cilongok Banyumas

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini benar-benar orisinil/asli dibuat oleh saya sendiri, tidak ada pihak lain yang membuat laporan ini, tidak ada unsur plagiat kecuali pada bagian-bagian yang disebutkan rujukannya. Jika suatu hari ditemukan adanya indikasi dibuat oleh pihak lain atau plagiat, maka saya bersedia menerima konsekuensi dari institusi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa ada paksaan.

Cilacap, 25 Mei 2025

Yang menyatakan,



Sangidun

NIM. 19262011014

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai Civitas Akademik Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sangidun
NIM : 19262011014
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri
Jenis Karya : Tugas Akhir

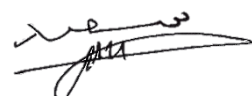
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas tugas akhir saya yang berjudul:

“Perancangan Strategi Pemasaran dengan Penerapan Metode *Six Sigma* DMAIC untuk Meningkatkan Efektivitas *Digital Marketing E-commers* Tiktok di PT. Khurenza Cilongok Banyumas”. Adanya Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap berhak menyimpan, mengelola dalam bentuk database, merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada unsur paksa dari pihak lain.

Cilacap, 25 Mei 2025

Yang menyatakan,



Sangidun

NIM: 19262011014

NOTA KONSULTAN

Hal : Naskah Laporan Tugas Akhir Sangidun

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Teknologi Industri

UNUGHA Cilacap

Di -

Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengkoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka konsultan berpendapat bahwa Laporan Tugas Akhir saudara:

Nama : Sangidun

NIM : 19262011014

Fakultas/Prodi : Teknologi Industri/Teknik Industri

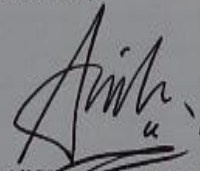
Judul Skripsi : Perancangan Strategi Pemasaran dengan Penerapan Metode
Six Sigma DMAIC untuk Meningkatkan Efektivitas
Digital Marketing E-commers Tiktok di PT. Khurenza
Cilongok Banyumas

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cilacap, 19 Juni 2025

Konsultan,



Aji Kusumastuti H., M. T.
NIDN. 0617019501

NOTA PEMBIMBING

Hal : Naskah Laporan Tugas Akhir Sangidun

Lamp :-

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Teknologi Industri

UNUGHA Cilacap

Di -

Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka pembimbing berpendapat bahwa Laporan Tugas Akhir saudara:

Nama : Sangidun

NIM : 19262011014

Fakultas/Prodi : Teknologi Industri/Teknik Industri

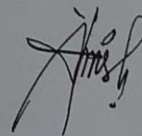
Judul Skripsi : Perancangan Strategi Pemasaran dengan Penerapan Metode
Six Sigma DMAIC untuk Meningkatkan Efektivitas
Digital Marketing E-commers Tiktok di PT. Khurenza
Cilongok Banyumas

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cilacap, 19 Juni 2025

Pembimbing,



Anisha Dian Iswahyuni, M.T.

NIDN. 0629048401

PENGESAHAN

Tugas Akhir Saudara,

Nama : Sangidun
NIM : 19262011014
Program Studi : Teknik Industri
Judul : Perancangan Strategi Pemasaran dengan Penerapan Metode Six Sigma DMAIC untuk Meningkatkan Efektivitas *Digital Marketing E-Commerce* Tiktok di PT. Khurenza Cilongok, Kabupaten Banyumas

Telah disidang Tugas Akhir oleh Dewan Penguji Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap pada hari / tanggal :

Senin, 16 Juni 2025

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S-1) Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Mengetahui,

Penguji 1

Aji Kusumastuti Hendrawan, M.T.
NIDN. 0617019501

Penguji 2

Fathurohman, M.T.
NIDN. 0609018102

Pembimbing 1/Ketua Sidang

Anisha Dian Iswahyuni, S.T., M.Sc.
NIDN. 0629048401

Pembimbing 2/Sekretaris Sidang

Siti Fauzatun Wachidah, M.Sc.
NIDN. 0618088602

Cilacap, 24 Juni 2025

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Teknologi Industri



Christian Soolany, S.TP., M.Si.
NIDN. 0627128801

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Strategi Pemasaran dengan Penerapan Metode *Six Sigma* DMAIC untuk Meningkatkan Efektivitas *Digital Marketing E-commers* Tiktok di PT.

Khurenza Cilongok Banyumas”. Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan tugas akhir pada program strata I pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
2. Bapak Christian Soolany, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
3. Ibu Aji Kusumastuti Hendrawan, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
4. Ibu Anisha Dian Iswahyuni, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Siti Fauzatun Wachidah, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
5. Pemilik PT Khurenza Indonesia yang telah memberikan izin untuk dapat melakukan penelitian.
6. Manager PT Khurenza Indonesia yang telah membantu penelitian penulis.
7. Terkhusus kepada ibu saya tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat, dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

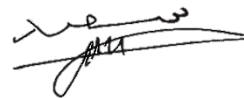
8. Teman-teman Program Studi Teknik Industri seluruhnya yang telah bersama-sama berbagi baik suka maupun duka, memberikan motivasi serta canda tawa selama kuliah.
9. Teman-teman Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA) Cilacap yang telah memberikan bantuan saran dan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki oleh penulis, serta kemampuan yang masih jauh dari kata cukup. Untuk itu, penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Cilacap, 25 Mei 2025

Penulis,



Sangidun

ABSTRAK

Saat ini transaksi jual beli secara online berkembang semakin maju. Salah satu *e-commerce* untuk jual beli yaitu Tiktok. Tiktok memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran penjualan seperti video pendek, iklan, dan live. Khurenza Indonesia merupakan perusahaan yang berfokus pada penjualan parfum berkualitas tinggi di Banyumas. Khurenza menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya. Strategi yang digunakan yaitu *six sigma* DMAIC. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mencari rancangan strategi pemasaran yang sesuai agar penjualan parfum semakin meningkat. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara, sedangkan metode pengolahan datanya menggunakan *six sigma* DMAIC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Khurenza yang awalnya melalui event kemudian berkembang dengan menggunakan media sosial Tiktok. Pengendalian jumlah *defect* konten pemasaran parfum Khurenza pada bulan Januari hingga September 2024 menghasilkan data nilai *sigma* dengan nilai terendah sebesar 2,465 sehingga improvisasi yang kini dapat digunakan Khurenza untuk meningkatkan performa pemasaran yaitu dengan melakukan perbaikan konten agar lebih menarik, optimalisasi waktu upload, mempersempit jangkauan audiens, dan melakukan interaksi dengan audiens.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Parfum, Tiktok, *Six Sigma*, DMAIC

ABSTRACT

Now online buying and selling transactions are advancing rapidly. One of the e-commerce platforms for buying and selling is Tiktok. Tiktok has various features that can be utilized for sales marketing such as short videos, ads, and live streaming. Khurenza Indonesia is a company focused on selling high-quality perfumes in Banyumas. Khurenza uses social media to market its products. The strategy used is the six sigma DMAIC. The purpose of this research is to find a suitable marketing strategy design to increase perfume sales. The data collection methods used are observation and interviews, while the data processing method uses six sigma DMAIC. The research results indicate that the strategy implemented by Khurenza, which initially started through events, has now developed by using the TikTok social media platform. The control over the number of defects in Khurenza's perfume marketing content from January to September 2024 resulted in sigma value data with the lowest value of 2.465. Therefore, the improvisations that Khurenza can now use to enhance marketing performance include improving content to make it more appealing, optimizing upload times, narrowing down audience reach, and interacting with the audience.

Keywords: Marketing Strategy, Parfume, Tiktok, Six Sigma, DMAIC

DAFTAR ISI

BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang Masalah	1
	1.2 Perumusan Masalah	4
	1.3 Ruang Lingkup.....	4
	1.4 Tujuan Penelitian.....	4
	1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	6
	2.1 Kajian Pustaka.....	6
	2.1.1 Pemasaran.....	6
	2.1.2 Six Sigma DMAIC.....	24
	2.2 Kajian Empiris	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	35
	3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	35
	3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
	3.3 Jenis Data	36
	3.4 Metode Pengumpulan Data	36
	3.5 Metode Pengolahan Data	36
	3.6 Langkah-Langkah Penelitian	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
	4.1 Profil PT Khurenza	39
	4.2 Data Matriks Akun Tiktok	40
	4.3 Data Demografi <i>Customer</i>	41
	4.4 Data Ulasan Konsumen.	44
	4.5 Data Anggaran Iklan	47
	4.6 Wawancara dengan <i>Stakeholder</i>	48
	4.7 Pengolahan Data.....	49
	4.7.1 Tahap <i>Define</i>	49
	4.7.2 Tahap <i>Measure</i>	51

4.7.3 Tahap <i>Analyze</i>	54
4.7.4 Tahap <i>Improve</i>	58
4.7.5 Tahap <i>Control</i>	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR TABEL	
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Parfum Selama 9 Bulan	3
Tabel 2.1.2 Kajian Empiris	33
Tabel 3.1.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	35
Tabel 4.1 Data Penjualan Akun Tiktok	41
Tabel 4.3 Usia Pelanggan Khurenza	43
Tabel 4.7.2.1 Perhitungan Nilai CL, UCL, dan LCL	52
Tabel 4.7.2.2 Perhitungan Nilai Sigma dan DPMO	53
Tabel 4.7.3.1 Jumlah Frekuensi Cacat	54
DAFTAR GAMBAR	
Gambar 1.1 <i>E-Commerce</i> Tiktok Khurenza	2
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian	35
Gambar 3.6 Langkah-Langkah Penelitian	38
Gambar 4.3 Data Demografi <i>Customer</i> Khurenza	42
Gambar 4.3.3.1 <i>Reseller</i> GAV Parfum Store	44
Gambar 4.3.3.2 <i>Reseller</i> Khurenza Official	44
Gambar 4.3.3.3 <i>Reseller</i> Syafa Shop Store	45
Gambar 4.4 Data Ulasan Konsumen	46
Gambar 4.5 Data Anggaran Iklan	48
Gambar 4.6 Wawancara dengan <i>Stakholder</i>	49
Gambar 4.7.2 Grafik Hasil <i>P-Chart</i>	53
Gambar 4.7.3.1 Hasil Diagram Pareto	55
Gambar 4.7.3.3 Diagram <i>Fishbone</i>	55

