



LAPORAN AKHIR KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

OPTIMALISASI PENGGUNAAN *MARKETPLACE* TOKOPEDIA SEBAGAI STRATEGI MEDIA PEMASARAN PADA PT AGRINDO LESTARI NUSANTARA SENTOSAABADI

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

MUHAMMAD DHANDI DHARMA



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Optimalisasi Penggunaan *Marketplace* Tokopedia sebagai Strategi Media Pemasaran pada PT Agrindo Lestari Nusantara Sentosaabadi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2022

Muhammad Dhandi Dharma
J3J219375



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



RINGKASAN

MUHAMMAD DHANDI DHARMA. Optimalisasi Penggunaan Marketplace Tokopedia sebagai Strategi Media Pemasaran pada PT Agrindo Lestari Nusantara Sentosaabadi. *Optimizing of Tokopedia Marketplace as a Marketing Media Strategy at PT Agrindo Lestari Nusantara Sentosaabadi*. Dibimbing oleh HERMAWAN WANA.

Pandemi Covid-19 mengakibatkan adanya peningkatan kesadaran pola hidup sehat dan gemar berbelanja online pada masyarakat Indonesia. Pemasaran *online* menjadi alternatif penjual dalam memasarkan produknya kepada konsumen sebagai strategi penjualan dan mencegah penyebaran Covid-19. Tokopedia merupakan salah satu *platform* pemasaran *online* terdepan di Indonesia yang paling banyak dikunjungi. Pada tahun 2021, *platform* tersebut menjadi *marketplace* dengan pengguna terbanyak dan paling diminati untuk berbelanja *online*. PT Agrindo Lestari Nusantara Sentosaabadi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dengan sistem *Urban Farming*, yaitu hidroponik dengan metode *Nutrient Film Technique* (NFT). Perusahaan ini menggunakan *platform* Tokopedia untuk memasarkan produk sayur hidroponiknya. Namun, perusahaan perlu meningkatkan strategi promosi yang menarik untuk meningkatkan penjualan melalui *platform* Tokopedia.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis penggunaan *marketplace* Tokopedia adalah merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan hasil analisis SWOT perusahaan, yaitu mengidentifikasi aspek eksternal dan aspek internal pada PT Agrindo Lestari Nusantara Sentosaabadi serta mengkaji kelayakan pengembangan bisnis secara non finansial dan finansial. Secara non finansial, yaitu terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek kolaborasi, aspek produksi, serta aspek kolaborasi. Sedangkan secara finansial, yaitu terdiri dari analisis laporan laba rugi, analisis *R/C ratio*, dan analisis parsial.

Setelah mengidentifikasi, maka didapatkan alternatif strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) dengan memanfaatkan *platform* Tokopedia untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan. Hasil dari rencana pengembangan bisnis ini berupa keuntungan perusahaan dalam memasarkan produknya melalui *marketplace*, seperti peningkatan penjualan produk menggunakan fitur *voucher discount*, konten paket promosi, dan lainnya yang disediakan oleh Tokopedia, menambah tenaga kerja sebagai admin akun Tokopedia, melakukan kerjasama dengan penyedia *platform marketplace* dan penyedia transportasi *online* sebagai sarana distribusi produk.

Berdasarkan aspek finansial ide pengembangan bisnis ini dapat memberikan keuntungan tambahan sebesar Rp128.119.000,00/tahun. Pada analisis *R/C ratio*, nilai sebelum pengembangan bisnis sebesar 1,46 dan mengalami peningkatan menjadi 1,62 yang artinya ide pengembangan bisnis ini layak untuk dilaksanakan. Dalam menjalankan kegiatan bisnis, perusahaan perlu memperhatikan manajemen tenaga kerja dan keterampilan yang dimiliki tenaga kerja pemasaran.

Kata kunci: *marketplace*, pemasaran, tokopedia



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2022
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



OPTIMALISASI PENGGUNAAN *MARKETPLACE* TOKOPEDIA SEBAGAI STRATEGI MEDIA PEMASARAN PADA PT AGRINDO LESTARI NUSANTARA SENTOSAABADI

MUHAMMAD DHANDI DHARMA



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Laporan Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Tintin Sarianti, S.P., M.M.



Judul Laporan Akhir : Optimalisasi Penggunaan *Marketplace* Tokopedia sebagai Strategi Media Pemasaran pada PT Agrindo Lestari Nusantara Sentosaabadi
Nama : Muhammad Dhandi Dharma
NIM : J3J219375

Disetujui Oleh

Pembimbing :
Ir. Hermawan Wana, M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Ir. Anita Ristianingrum, M.Si.
NIP. 196710241993022001
Dekan Sekolah Vokasi:
Prof. Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec.
NIP. 196106181986091001

Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Tanggal Ujian: 22 Juli 2022

Tanggal Lulus: 20 AUG 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.