



## 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