



LAPORAN AKHIR KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

EFEKTIVITAS *DIGITAL ADVERTISING* PADA PRODUK *GROCERIES* (Studi Kasus PT X)

MOCH WAHYU RAMADHANI



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© 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.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir berjudul Efektivitas *Digital Advertising* pada Produk *Groceries* (Studi Kasus PT. X) adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan ini.

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



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Bogor, Agustus 2020

Moch Wahyu Ramadhani
J3J117289

© 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.

RINGKASAN

MOCH WAHYU RAMADHANI. Efektivitas *Digital Advertising* pada Produk *Groceries* (Studi Kasus PT. X). *The Effectivity of Digital Advertising on Groceries Product (Case Study at PT. X)*. Dibimbing oleh ANDAN HAMDANI.

Perkembangan dunia teknologi dan informasi saat ini semakin cepat. Aktivitas penggunaan internet semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh semakin banyak hal yang dapat dilakukan melalui internet seperti: sebagai media informasi, aktivitas sosial hingga transaksi perdagangan (*e-commerce*). Pesatnya perkembangan internet membuat banyak orang tertarik untuk memanfaatkan internet sebagai wadah dalam hal promosi dan iklan untuk berbagai macam produk, dari produk segar hingga produk olahan. Pesatnya perkembangan internet memberikan dampak dalam hal pertumbuhan pesaing yang cukup besar di bidang periklanan, Dewasa ini perusahaan dituntut untuk lebih memahami berbagai *platform advertising* yang ada didalam internet sebagai wadah untuk mengiklankan produk atau jasa yang telah diproduksi.

Adanya periklanan yang berbasis *digital* atau yang umumnya dikenal dengan sebutan *e-commerce* PT. X ini merupakan salah satu perusahaan *startup e-commerce* berbasis pertanian yang diproduksi oleh petani mitra yang ada di Indonesia. Tujuan dari kajian ini ialah: (1) menganalisa *business process* perusahaan yang ada di divisi *digital marketing* melalui metode *business model canvas* (BMC), (2) Merumuskan tingkat efektivitas *digital advertising* yang ada di PT X dengan komoditas *groceries*.

Hasil yang didapat dari analisis *business process* perusahaan pada divisi *digital marketing* melalui metode *business model canvas* ialah: (1) Perlunya penambahan *key customer relations* yang berupa “*in app customer experience*” yaitu berupa fitur yang hendaknya ditambahkan pada aplikasi maupun *web ecommerce* dari PT. X sehingga konsumen lebih mudah menyampaikan saran maupun keluhan. (2) Perlunya penambahan *key partner* melalui kerjasama dengan pihak *third party platform* untuk optimalisasi *digital campaign* yang akan di publish. Kemudian untuk hasil rumusan efektivitas *digital advertisement* yang dilakukan PT. X terhadap produk *groceries* mendapat hasil CVR sebesar 84% atau dapat dikatakan bahwa 8 dari 10 orang yang melihat iklan melakukan pembelian di PT. X sebanyak satu kali.

Kata Kunci: CVR, *digital marketing*, periklanan digital, efektivitas periklanan.

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak Cipta milik IPB, tahun 2020
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, penyusunan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB

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 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



EFEKTIVITAS *DIGITAL ADVERTISING* PADA PRODUK *GROCERIES* (Studi Kasus PT X)

MOCH WAHYU RAMADHANI



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

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

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© 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.

Penyaji pada laporan akhir: Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M.AP



Judul Laporan Akhir : Efektivitas *Digital Advertising* pada Produk *Groceries*
(Studi Kasus PT. X)
Nama : Moch Wahyu Ramadhani
NIM : J3J117289

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Disetujui oleh

Pembimbing : Andan Hamdani, S.P., M.Si.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Diketahui oleh

Ketua Program Studi : Dr.Ir. Anita Ristianingrum, M.Si
NIP. 196710241993022001

Dekan : Dr. Ir. Arief Darjanto. Dip.Ag.Ec., M.Ec
NIP. 196106181986091001



Tanggal Ujian: 06 Agustus 2020

Tanggal Lulus: 18 September 2020

Bogor Agricultural University

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.