

## RINGKASAN

BALQIS QURROTUAINI. Penggunaan *Market Place* sebagai Media Pemasaran Produk pada PT Indo Agro Resources. *The Use of Market Place as a Product Marketing at PT Indo Agro Resources*. Dibimbing oleh FEBRIANTINA DEWI.

PT Agro Indo Resources merupakan perusahaan yang bergerak di bidang hortikultura. Perusahaan ini menjual sayur sayuran namun komoditas utamanya yaitu kentang. Harga kentang yang ditawarkan oleh perusahaan termasuk terjangkau dibandingkan dengan pasaran, sehingga sangat potensial jika melihat dari kualitas kentang yang diperjual belikan. Namun adanya pandemic COVID-19 yang menjadikan penurunan permintaan kentang pada PT Indo Agro Resource karena adanya kebijakan pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar sehingga banyak kentang sisa yang tidak terjual dan penjualan perusahaan yang masih terbatas sebab kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan kentang yang berkualitas kepada konsumen masih sangat sederhana. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memperluas pangsa pasar baru untuk meningkatkan penjualan yaitu melalui pemasaran *online*.

Metode analisis yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis berupa analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif yang digunakan yaitu analisis SWOT, sedangkan untuk analisis aspek pasar dan pemasaran, analisis aspek organisasi dan manajemen, analisis aspek sumber daya manusia (SDM), serta analisis finansial berupa analisis biaya, analisis laba rugi, dan menggunakan perpaduan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Kajian pengembangan bisnis diperoleh dengan memanfaatkan faktor peluang untuk mengatasi kelemahan pada perusahaan. Pengembangan bisnis yang akan dilakukan yaitu penggunaan *Market Place* sebagai media pemasaran produk pada PT Indo Agro Resources. kegiatan ini mencakup pengemasan produk, pengiriman produk, pengiriman produk melalui jasa antarkirim barang dan pemasaran produk secara *online*.

Rencana pengembangan bisnis ini layak untuk digunakan berdasarkan aspek finansial dan non finansial. Aspek finansial menggunakan metode analisis R/C *ratio*. Nilai R/C *ratio* yang didapatkan setelah adanya pengembangan bisnis yaitu 1,86 yang artinya setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp1,86. Nilai R/C *ratio* lebih dari 1 maka pengembangan bisnis layak untuk dijalankan.

PT Indo Agro Resources dapat merealisasikan ide pengembangan bisnis penggunaan *marketplace* sebagai media pemasaran produk pada PT Indo Agro Resources karena pengembangan tersebut layak untuk dijalankan berdasarkan aspek finansial dan non finansial. Di era perkembangan teknologi yang semakin pesat dan canggih ini, sebaiknya PT Indo Agro Resources dapat memanfaatkan teknologi dengan semaksimal mungkin terutama dalam hal pemasaran produk agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata kunci: analisis R/C *ratio*, analisis SWOT, *market place*, kentang.

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 IPI.

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