

# **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GROWTH HACKING PRODUK PANGAN ETANEE**

**SALSABILA DECTYLANA FAJARI**



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



**IPB University**  
Bogor Indonesia

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

## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Growth Hacking Produk Pangan Etanee” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

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

Bogor, Agustus 2021

Salsabila Dectylana Fajari  
H34170049

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



## ABSTRAK

SALSABILA DECTYLANA FAJARI. Analisis Strategi Pemasaran Growth Hacking Produk Pangan Etanee. Dibimbing oleh BAYU KRISNAMURTHI dan HERAWATI.

Pemasaran setiap bisnis digital harus diiringi dengan penerapan strategi pemasaran yang baik agar dapat bersaing di pasar digital. *Startup* etanee sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pangan saat ini menerapkan strategi pemasaran digital yang dikenal dengan sebutan *growth hacking*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas penerapan *growth hacking* yang memaparkan mengenai penggunaan metode AARRR pada strategi *growth hacking* yang dilakukan oleh etanee. Penelitian ini kemudian melakukan evaluasi dari penerapan strategi *growth hacking* tersebut dalam kegiatan pemasaran etanee. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan memanfaatkan data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan CEO dari etanee dan analisis selama peneliti mengikuti program magang di etanee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses implementasi strategi pada perusahaan digital bersifat jangka panjang dan etanee bisa mencapai kesuksesan yang lebih tinggi jika dapat menciptakan ide kreatif dalam menjalankan pemasaran sesuai strategi *growth hacking*.

Kata kunci: AARRR, bisnis, digital, *growth hacking*, pangan

## ABSTRACT

SALSABILA DECTYLANA FAJARI. *Etaanee Food Product Growth Hacking Marketing Strategy Analysis. Supervised by BAYU KRISNAMURTHI and HERAWATI.*

*The marketing of every digital business must be accompanied by the implementation of a good marketing strategy in order to compete in the digital market. Startup etanee as a company engaged in the food sector is currently implementing a marketing strategy known as growth hacking. The purpose of this research is to discuss the application of growth hacking which describes the use of the AARRR method in the growth hacking carried out by etanee. This study then evaluates the application of the growth hacking strategy in ethane marketing activities. This research is descriptive by utilizing qualitative and quantitative data. Data collection techniques were carried out through interviews with the CEO of etanee and analysis during the researcher's internship program at etanee. The results show that the strategy implementation process in digital companies is long-term and etanee can achieve higher success if they can create creative ideas in carrying out marketing according to the growth hacking strategy.*

Keywords: AARRR, business, digital, food, *growth hacking*



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

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2021  
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.*



# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GROWTH HACKING PRODUK PANGAN ETANEE

@Hak cipta milik IPB University

**SALSABILA DECTYLANA FAJARI**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Departemen Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021**



**@Hak cipta milik IPB 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 University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Suprehatin, SP, MAB

2. Tursina Andita Putri, SE, M.Si



Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Growth Hacking Produk Pangan  
Etanee

Nama : Salsabila Dectylana Fajari

NIM : H34170049

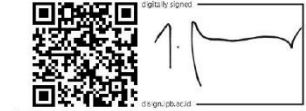
Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi, MS

Pembimbing 2:

Herawati, SE, M.Si

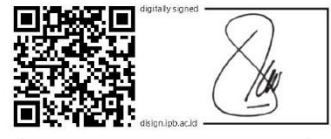


Diketahui oleh

Ketua Departemen:

Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si

NIP. 196312271990032001





### *@Hak cipta milik IPB 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 University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Topik yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Desember 2020 ini ialah strategi pemasaran dengan judul Analisis Strategi Pemasaran *Growth Hacking* Produk Pangan Etanee. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi, M.S dan Herawati, SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang selama ini telah memberikan masukan, bimbingan dan juga motivasi selama proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Rahmat Yanuar SP, M.Si selaku dosen evaluator yang telah memberi saran dan masukan kepada penulis saat melaksanakan kolokium.
3. Dr. Suprehatin, SP, MAB dan Tursina Andita Putri, SE, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran kepada penulis saat melaksanakan ujian skripsi.
4. Kedua orangtua penulis, Ayah dan Ibu serta adik-adik penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Pihak etanee khususnya Bapak Herry Nugraha, S.Si, MM selaku CEO yang memberikan izin untuk melakukan penelitian pada etanee serta Mba Yessica, Winny, Harits, Arkan, Shabir, dan Aqsyal selaku rekan kerja yang telah bersedia menemani masa penelitian selama mengerjakan skripsi ini.
6. Anisa, Yusuf, dan Hilmi selaku teman seperbimbingan penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, staf dan civitas akademik Departemen Agribisnis IPB yang telah memberikan ilmu selama menempuh perkuliahan.
8. Sahabat dan rekan-rekan terkhusus kepada seluruh teman-teman Agribisnis Angkatan 54 atas segala doa, bantuan dan kasih sayangnya.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Agustus 2021

*Salsabila Dectylana Fajari*



## DAFTAR ISI

	DAFTAR TABEL	xi
	DAFTAR GAMBAR	xi
	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	3
	1.3 Tujuan	5
	1.4 Manfaat	5
	TINJAUAN PUSTAKA	6
	2.1 Ekonomi Digital	6
	2.2 Pemasaran Digital	7
	2.3 <i>Social Commerce</i>	8
	2.4 <i>Startup Digital</i>	9
	2.5 Perkembangan <i>Startup</i> di Indonesia	10
	2.6 Penerapan Strategi <i>Growth Hacking</i>	12
III	KERANGKA PEMIKIRAN	14
	3.1 Kerangka Teoritis	14
	3.2 Kerangka Operasional	22
IV	METODE PENELITIAN	24
	4.1 Waktu Penelitian	24
	4.2 Jenis dan Sumber Penelitian	24
	4.3 Metode Pengumpulan Data	24
	4.4 Metode Analisis Data	24
	4.5 Definisi Operasional	25
V	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	27
	5.1 Sejarah Singkat Perusahaan	27
	5.2 Visi dan Misi Perusahaan	28
	5.3 Struktur Organisasi Perusahaan	29
	5.4 Produk-produk etanee	30
VI	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
	6.1 Metode Penerapan Strategi Pemasaran <i>Growth Hacking</i>	31
	6.2 Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran <i>Growth Hacking</i>	38
	SIMPULAN DAN SARAN	43
	DAFTAR PUSTAKA	44

Hak cipta milik IPB 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 University.

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

## DAFTAR TABEL

1. Teori bauran pemasaran 4C	15
2. Perbandingan pemasaran konvensional dan pemasaran digital	16
3. Perbedaan antara <i>inbound marketing</i> dan <i>outbound marketing</i>	18
4. Metodologi <i>Inbound Marketing</i>	19
5. <i>Design of experiment</i> pada tahap akuisisi	32
6. Upaya meningkatkan <i>retention</i> yang dilakukan oleh etanee	35

## DAFTAR GAMBAR

1. Data jumlah pengguna internet di Indonesia	1
2. Persentase usaha <i>e-commerce</i> di Indonesia	2
3. Perbedaan <i>traditional marketing</i> dan <i>growth marketing</i>	20
4. Konsep <i>growth hacking</i>	21
5. <i>AARRR startup metric</i>	21
6. Kerangka pemikiran operasional	23
7. <i>Channel management</i>	27
8. Logo etanee	28
9. Struktur organisasi etanee	29
10. Tampilan web etanee.id	34
11. Tampilan bar akun pada aplikasi etanee.id	36
12. Penjualan etanee pada September 2020 – April 2021	37
13. Data user etanee berdasarkan metrik AARRR	40
14. Data perbandingan <i>retention</i> dan <i>sales</i> pada etanee	41
15. Grafik perbandingan pendapatan etanee sebelum dan sesudah penerapan <i>growth hacking</i>	42

